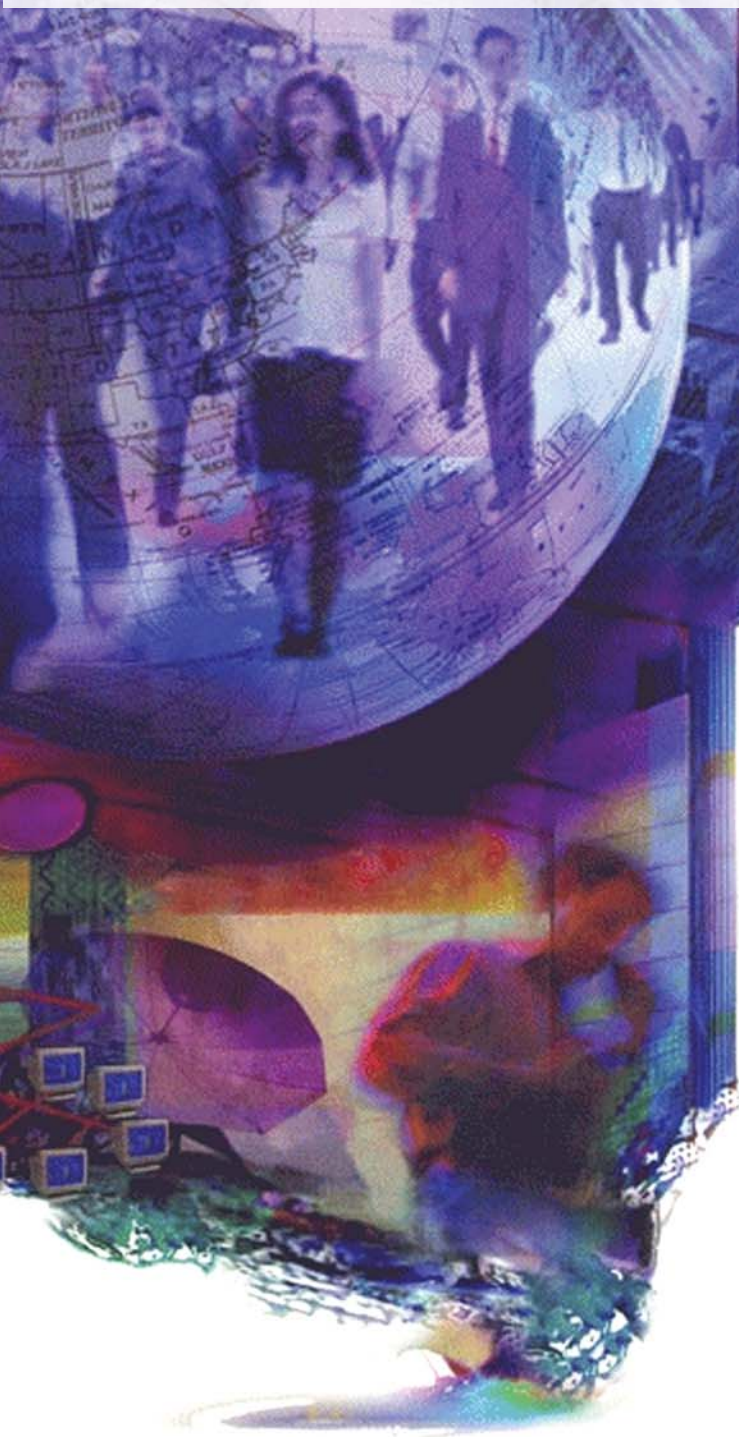




**Высшая  
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского  
государственного университета



01100  
01101  
01111  
1010100  
1001010  
1010100  
0010111

**ОТЧЁТ**

# ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Отчет**

# ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Верховская О.Р.  
Дорохина М.В.

**Россия 2008**

Настоящий отчет основан на данных, собранных консорциумом GEM, тем не менее ответственность за анализ и интерпретацию данных полностью лежит на авторах настоящего отчета.

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2008» – третий российский отчет в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM). Задача этого отчета познакомить российских предпринимателей, экспертов в области предпринимательства и другие заинтересованные стороны с общими положениями проекта и основными результатами исследования 2008 г.

С момента возникновения проекта в 1997 г. GEM стал одним из наиболее влиятельных исследовательских проектов, изучающим взаимоотношения между предпринимательством и экономическим ростом.



## УЧАСТНИКИ ПРОЕКТА GEM РОССИЯ

Проект поддерживается исследовательской группой Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета в сотрудничестве с исследователями Государственного университета – Высшая школа экономики (Москва).

## КОМАНДА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ МЕНЕДЖМЕНТА СПБГУ

**Координатор GEM Россия:** Верховская Ольга Рафаиловна

**Исследователи:** Дорохина М. В., Широкова Г.В.

**Магистранты:** Молодцова М.Ю., Цыганова Т.Ю.

**Студенты:** Арепьева М.А. (факультет ПМ-ПУ), Соколова М.А.



**Высшая  
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского  
государственного университета

## КОМАНДА ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА – ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ (МОСКВА)

**Руководитель московской команды:** Чепуренко Александр Юльевич

**Исследователи:** Образцова О.И., Алимова Т.А., Габелко М.В.



## СОДЕРЖАНИЕ

ЧТО ТАКОЕ GEM?.....	7
Цели проекта.....	7
Методы сбора информации.....	8
Концептуальная модель GEM.....	8
Понятие предпринимательства.....	9
Типы предпринимательства.....	12
ОТНОШЕНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В ОБЩЕСТВЕ.....	14
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В СТРАНАХ - УЧАСТНИЦАХ GEM.....	16
Предпринимательская активность.....	16
Мотивы предпринимательской деятельности.....	19
Закрытие бизнеса.....	21
Социально-демографические характеристики российского предпринимателя.....	23
Секторальное распределение.....	28
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСТРЕМЛЕНИЯ.....	29
Инновационность.....	29
Устремление к росту.....	31
ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ И ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ (NES).....	32
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ РОССИИ.....	35
КОМАНДЫ GEM.....	42
АВТОРЫ.....	50

### Перечень рисунков

- Рис. 1. Концептуальная модель GEM
- Рис. 2. Предпринимательский процесс и базовые определения GEM
- Рис. 3. Отношение к предпринимательству в обществе в 2006 и 2008 гг.
- Рис. 4. Индекс предпринимательской активности и ВВП на душу населения
- Рис. 5. Распределение ранних предпринимателей в зависимости от мотива деятельности
- Рис. 6. Мотив независимости у ранних предпринимателей «по возможности»
- Рис. 7. Коэффициент расширения предпринимательства (отношение уровня нарождающегося предпринимательства к уровню выхода их бизнеса), 2008
- Рис. 8. Причины выхода из бизнеса в страх-участниках GEM и России
- Рис. 9. Распределение ранних предпринимателей по возрастным группам, 2008 г.
- Рис. 10. Динамика ранней предпринимательской активности мужчин и женщин, 2006 – 2008 гг.
- Рис. 11. Активность ранних и устоявшихся предпринимателей с различным уровнем образования
- Рис. 12. Ранняя предпринимательская активность по типу населенного пункта
- Рис. 13. Активность потенциальных предпринимателей по типу занятости
- Рис. 14. Секторальное распределение российских предпринимателей
- Рис. 15. Индекс новизны продукта/интенсивности конкуренции среди стран для ранних и устоявшихся предпринимателей
- Рис. 16. Использование новых и новейших технологий ранними и устоявшимися предпринимателями
- Рис. 17. Факторы, состояние которых отрицательно влияет на предпринимательство
- Рис. 18. Меры, стимулирующие предпринимательскую активность
- Рис. 19. Уровень потенциального предпринимательства в городах
- Рис. 20. Уровень нарождающегося предпринимательства в городах
- Рис. 21. Показатель личного знакомства среди различных групп предпринимателей
- Рис. 22. Оценка знаний и опыта, достаточного для начала собственного дела населения по городам
- Рис. 23. Оценка знаний и опыта среди различных групп предпринимателей
- Рис. 24. Оценка условий внешней среды для предпринимательской деятельности
- Рис. 25. Оценка факторов восприятия различными группами предпринимателей в городах

### Перечень таблиц

- Таблица 1. Типы экономик
- Таблица 2. Структурные условия предпринимательства
- Таблица 3. Основные показатели предпринимательской активности проекта GEM
- Таблица 4. Показатели предпринимательской активности и устоявшегося бизнеса в странах-участниках GEM в 2008 г. (в %, в возрасте 18 – 64), по стадиям экономического развития

## ЧТО ТАКОЕ GEM?

Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) является проектом ведущих бизнес-школ мира по организации страновых исследований развития предпринимательства и обмену информацией о состоянии предпринимательской активности.

Как проект GEM возник в 1997 г. по инициативе ведущих ученых из Великобритании, США, Финляндии и Ирландии. Институционально этот проект поддерживается двумя основными в области исследования предпринимательства учреждениями — Babson College (США) и London Business School (Великобритания). В 1999 г. был опубликован первый годовой отчет, в подготовке которого приняли участие 10 стран, в 2000 г. — уже 20 стран, а в 2007 г. — 42 страны, включая Россию. В настоящее время проект GEM представляет собой крупнейшее исследование в области предпринимательства по количеству наблюдений.

С 2006 г. Высшая школа менеджмента СПбГУ выступает основным участником проекта Глобальный мониторинг предпринимательства в России, в котором также принимает участие ГУ — Высшая школа экономики (Москва).

Несмотря на широко признанное мнение, что предпринимательство является двигателем экономики, тем не менее механизм взаимодействия между предпринимательством и экономическим ростом остается полностью не изученным. Одним из факторов, препятствующих глубокому изучению этого взаимодействия, является недостаток данных, позволяющих судить о наличии такой взаимосвязи. Для восполнения этого пробела в ходе реализации проекта создается уникальная (по сопоставимости), ежегодно обновляемая база данных, являющаяся источником информации для всестороннего анализа предпринимательства на национальном и глобальном уровнях.

## Цели проекта

GEM акцентирует внимание на следующих основных целях:

- Сравнение уровней предпринимательской активности между странами;
- Определение факторов, влияющих на уровень предпринимательской активности (как стимулирующих, так и ограничивающих предпринимательскую деятельность);

- Определение различий в уровнях предпринимательской активности и связи с экономическим ростом;
- Выявление мер по увеличению предпринимательской активности на национальном уровне.



## Методы сбора информации

• **Опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Surveys, APS)** с помощью специально разработанных анкет. GEM использует для проведения обследования анкету, содержащую вопросы, с разных сторон характеризующие отношение респондента к организации предпринимательской деятельности и включенность индивидуумов в предпринимательский процесс. Минимальный размер выборки для проведения исследования составляет 2 тыс. человек.<sup>1</sup>

• Для оценки структурных условий предпринимательства используются экспертные оценки — **национальные экспертные интервью (National Expert Surveys, NES)** — опрос по специально разработанным анкетам и глубинные интервью с предпринимателями и экспертами в области предпринимательства. Ответы объединены в 10

групп в соответствии с классификацией, предлагаемой методикой GEM, в которой определены основные показатели внешней среды, влияющие на предпринимательскую активность и экономический рост. Для отбора экспертов была разработана полустандартизованная процедура. В выборке должно было быть представлено не менее 36 экспертов. Выборки экспертов, составленные национальными командами, должны включать: участников разного пола; лиц, обладающих различным опытом в отношении структурных условий; лиц из различных географических областей, покрывающих национальные, региональные и местные области.

• **Национальная экономическая и демографическая статистика.**

## Концептуальная модель GEM

Исследования в рамках проекта GEM показали, что взаимосвязь между предпринимательской активностью и экономическим ростом различается в зависимости от экономического развития страны. Поскольку эмпирически U-образная кривая описывает только наличие связи, а не в полной мере отражает причинно-следственные отношения между предпринимательством и экономическим ростом, исследовательский коми-

тет GEM вслед за 2008 Global Competitiveness Report ввел типологию экономик, которая включает в себя ресурсно-ориентированную экономику (factor-driven economy), эффективно-ориентированную экономику (efficiency-driven economy), инновационно-ориентированную экономику (innovation-driven economy). Описание этих стадий экономического развития представлено в табл. 1.

Типы экономик

Таблица 1

Тип экономики	Описание	Страны GEM
Ресурсно-ориентированная (Factor-driven economy)	Фирмы конкурируют по цене, используют базовые факторы производства, главным образом неквалифицированную рабочую силу и природные ресурсы	Ангола, Боливия, Босния и Герцеговина, Колумбия, Эквадор, Египет, Индия, Иран
Эффективно-ориентированная (Efficiency-driven economy)	Эффективное производство для увеличения производительности. Конкурентоспособность достигается в результате высшего образования, эффективности рынка и способности извлекать пользу из существующих технологий	Аргентина, Бразилия, Чили, Хорватия, Доминиканская республика, Венгрия, Ямайка, Латвия, Македония, Мексика, Перу, Румыния, Россия, Сербия, Южная Африка, Турция, Уругвай
Инновационно-ориентированная (Innovation-driven economy)	Экономика должна производить инновационные продукты, используя сложные методы производства (ICT). Фирма способна выжить, если она конкурирует на основе инноваций.	Бельгия, Дания, Финляндия, Франция, Германия, Греция, Исландия, Ирландия, Израиль, Италия, Япония, Корея, Голландия, Норвегия, Словения, Испания, Великобритания, США

<sup>1</sup> В 2008 г. опрос взрослого трудоспособного населения по методике GEM проводила исследовательская группа под руководством профессора А. Ю. Чепуренко (ГУ-ВШЭ, Москва).

## Понятие предпринимательства

В рамках исследования используется достаточно широкое определение предпринимательства, которое подчеркивает роль индивидуума в предпринимательском процессе. **Предпринимательство** это любая попытка создания нового бизнеса или компании (индивидуальная трудовая деятельность, новая коммерческая организация, расширение уже существующего бизнеса), предпринятая отдельным лицом, группой лиц или ранее существовавшими компаниями [Reynolds, 2005]. В GEM концентрируется внимание на предпринимательском поведении индивидуумов, которые создают и управляют бизнесом, в отличие от других исследований, фиксирующих главным образом регистрацию (новых) компаний.

Во всем многообразии определений и понимании понятия «предпринимательство» можно выделить три основных компонента: отношение к предпринимательству, предпринимательская активность и предпринимательские устремления.

**Отношение к предпринимательству** отражает общее настроение населения к предпринимателям и предпринимательству в целом. Наличие в стране людей, не только способных распознать новые бизнес-возможности, но и имеющих достаточно знаний и опыта для их реализации, значительно влияет на развитие страны. При этом положительное отношение к предпринимательству в обществе во многом способствует благоприятному предпринимательскому климату, который ведет к развитию финансовой и коммерческой инфраструктур.

Отношение к предпринимательству в обществе оказывает влияние на предпринимательскую активность, и наоборот. Например, легитимность предпринимательства в обществе, которая выражается в положительном отношении населения к нему, находится под влиянием того факта, знают ли люди кого-нибудь, кто недавно начал свое собственное дело. Это отражает как уровень предпринимательской активности, так и развитость бизнес-сообщества. Те, кто знаком лично с предпринимателями, более вероятно оценивают предпринимательство легитимно.

**Предпринимательская активность** является многоаспектным понятием и описывает вовлеченность населения в создание новых компаний, управ-

ление растущими и устоявшимися компаниями, а также закрытие бизнеса.

Предпринимательская активность это динамический процесс, поэтому в GEM анализируются различные стадии развития предпринимательства: от замысла создания компании к нарождающимся предпринимателям и до ранних и устоявшихся компаний. Исследование многообразия составляющих предпринимательской активности позволяет увидеть отличия в процессе создания новых компаний в разных стадиях экономического развития страны. Так, можно предположить, что количество нарождающихся предпринимателей и владельцев вновь созданного бизнеса будет выше в ресурсно-ориентированных экономиках, поскольку большинство из них будут мотивированы экономической необходимостью. В инновационно-ориентированной экономике предполагается большее количество инновационно-ориентированных предпринимателей по сравнению с ресурсно- и эффективно-ориентированными экономиками.

**Предпринимательские устремления** отражают качественную природу предпринимательской активности. В проекте GEM разработана система измерения таких индикаторов, как представление на рынок новых продуктов, внедрение новых производственных процессов, вовлеченность во внешние рынки, развитие компании. Если эти устремления реализуются, они оказывают значительное влияние на экономический вклад от предпринимательской деятельности. Таким образом, продуктовые и процессные инновации, интернационализация и ожидание роста компании являются отличительными чертами такого «высокопритязательного» предпринимательства.

В рамках проекта изучается механизм влияния предпринимательства на экономический рост. В Глобальном отчете 2007 г. обсуждался вопрос о применимости рамочных условий предпринимательства (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC) в качестве индикаторов потенциала страны, способствующих развитию предпринимательства (табл. 2). Условия развития предпринимательства являются важными характеристиками социально-экономической среды, которые, как предполагается, оказывают значительное влияние на предпринимательский сектор.



Таблица 2

## Структурные условия предпринимательства

EFC1	<b>Финансовая поддержка.</b> Доступность финансовых ресурсов и поддержка, включая гранты и субсидии новым и развивающимся фирмам. Также исследуются доступность и качество финансовой поддержки — собственный, начальный и заемный капитал; понимание предпринимательства финансовым сообществом (например, знания и навыки для оценки возможностей для предпринимательства, оценки бизнес-планов и потребностей малого бизнеса в капитале, готовность к работе с предпринимателями и отношение к рискам)
EFC2	<b>Политика государства.</b> Региональная и федеральная государственная политика и ее практическое применение в отношении общего налогообложения и налогов с бизнеса, государственного регулирования и управления. Их зависимость или независимость от размеров компаний, а также от того, насколько вышеупомянутые меры экономической политики поддерживают или препятствуют новым и развивающимся фирмам
EFC3	<b>Государственные программы.</b> Наличие программ непосредственной поддержки новых и развивающихся фирм на всех уровнях — национальном, региональном и муниципальном. В рамках данного параметра также исследуются доступность и качество государственных программ; наличие и качество человеческих ресурсов в государственных структурах и их способность к управлению конкретными программами; эффективность служб
EFC4	<b>Образование и профессиональная подготовка.</b> Существующая система подготовки и обучения по созданию и управлению малым, новым или растущим бизнесом включена в общую систему образования и профессиональной подготовки на всех уровнях
EFC5	<b>Внедрение научно-технических разработок.</b> Уровень развития научных исследований и разработок, ведущих к созданию в стране новых возможностей для бизнеса, а также доступность научно-технических разработок для новых, малых и развивающихся фирм
EFC6	<b>Коммерческая и профессиональная инфраструктура.</b> Уровень развития коммерческих, учетных и юридических служб и организаций, оказывающих поддержку новому, малому и растущему бизнесу
EFC7	<b>Открытость рынка/барьеры вхождения на рынок.</b> Стабильность торговых взаимоотношений и возможность для новых и растущих фирм свободно конкурировать с существующими поставщиками, субподрядчиками и консультантами и занимать их место. Можно выделить две составляющие в оценке данного структурного условия: во-первых, открытость рынку; во-вторых, степень изменений рынка вследствие глобализации
EFC8	<b>Доступ к физической инфраструктуре.</b> Доступность и качество физических ресурсов, включая: средства связи — телефон, почту, Интернет; основные коммунальные услуги; транспорт (дороги, воздушные/морские перевозки); землю, офисные помещения, места для парковки, арендную плату; доступность и качество сырья и природных ресурсов, которые могут являться преимуществом для потенциального роста и развития предпринимательства
EFC9	<b>Культурные и социальные нормы.</b> Существующие социально-культурные нормы, поддерживающие действия индивидуумов, которые приводят к возникновению новых способов ведения деловой и экономической деятельности, а также общее отношение к предпринимательству и предпринимателям
EFC10	<b>Защита прав интеллектуальной собственности.</b> Уровень правовой защиты новых и растущих фирм

В обновленной концептуальной модели GEM, как и в базовой, утверждается, что различные факторы внешней среды (рамочные условия предпринимательства) влияют на деловую и предпринимательскую активность как устоявшихся предпринимателей, так и владельцев вновь созданного бизнеса. Соответствующие национальные условия для ресурсно- и эффективно-ориентированной экономики заимствованы в Global Competitiveness Report (GCR) 2008 [Porter and Schwab, 2008]. Что касается инновационно-ориентированной экономики, обновленная модель GEM дополняет GCR, выделяя те условия внешней среды, которые характерны для инноваций и предпринимательства. Следуя за Acs et al. [Acs et al., 2003], следует отметить, что именно предпринимательский механизм превращает инновацию в экономический рост. Недостаточность предпринимательской активности может рассматриваться как препятствие для инновационной экономики в достижении желаемого роста.

Важно понимать, что все типы экономической активности присутствуют в экономическом развитии каждой страны, но преобладание той или иной стадии и вклад в экономическое развитие могут различаться. Предположение GCR состоит в том,

что каждая фаза экономического развития включает разные комбинации этих трех видов деятельности.

Обновленная модель GEM представлена на рис. 1. Для ресурсно-ориентированных экономик акцент сделан на базовые условия, такие как развитие институтов, инфраструктура, макроэкономическая стабильность, здравоохранение и начальное образование. Эти требования поддерживают предпринимательство, основанное на необходимости («предпринимательство по необходимости»), и слабо обеспечивают возможности для развития предпринимательства, основанного на возможности. В процессе экономического развития и увеличения экономики за счет роста масштаба производства становятся важными другие условия, которые обеспечивают надежное функционирование рынка и называются условиями экономической эффективности. К ним относятся высшее образование и профессиональная подготовка, эффективность товарного рынка, эффективность рынка труда, развитость финансового рынка, технологическая подготовленность. Для экономик, основанных на инновациях, рамочные условия предпринимательства становятся более важными стимулами экономического развития, чем базовые условия или условия экономической эффективности.

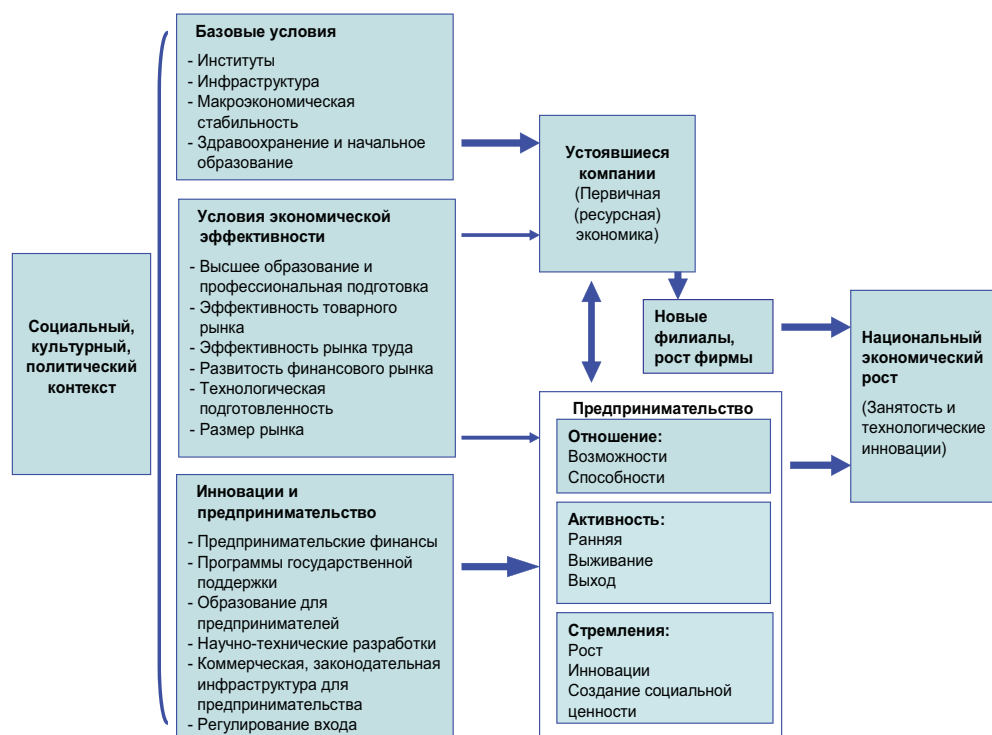


Рис. 1. Концептуальная модель GEM

В совокупности эти факторы способствуют созданию новых компаний и воздействуют на предпринимательский климат, влияя тем самым на экономический рост и уровень занятости в экономике.

## Типы предпринимательства

GEM позволяет систематически изучать разнообразные характеристики предпринимательства такие как мотивация, инновационность, конкурентоспособность, ожидание роста. Важной составляющей понимания предпринимательства в проекте GEM является то, что предпринимательство это процесс, охватывающий все стадии

жизненного цикла: от замысла компании (потенциальные предприниматели) к ранней стадии (нарождающиеся предприниматели), когда компания находится в стадии созревания; от новых компаний (владельцы вновь созданного бизнеса), когда фирма уже функционирует на рынке, к устоявшемуся бизнесу и возможному выходу из бизнеса.

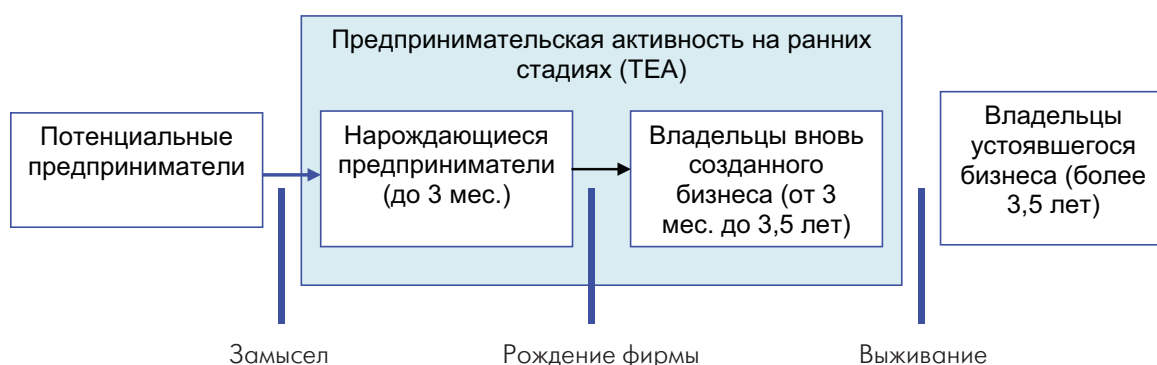


Рис. 2. Предпринимательский процесс и базовые определения GEM

На рис. 2 описывается предпринимательский процесс и определяются базовые понятия GEM:

- *потенциальные предприниматели* (potential entrepreneurs) — те, кто пытается начать свое дело, планирует организацию бизнеса, используя возможности, знания и опыт;
- *ранние предприниматели*<sup>2</sup> (early-stage entrepreneurs), в том числе:

- *нарождающиеся предприниматели* (nascent entrepreneurs) — те, кто в течение предыдущего года предпринимал активные действия по созданию бизнеса; они владеют всем или долей в созданном бизнесе, однако заработная плата и другие виды вознаграждений не выплачивались более трех месяцев;
- *владельцы вновь созданного бизнеса* (owners of new business) те, кто управляет вновь созданным предприятием и получает доход от

его деятельности более трех, но менее 42 месяцев;

- *устоявшиеся предприниматели или владельцы устоявшегося бизнеса* (owner-manager of established business) те, кто владеет и управляет бизнесом и получает связанные с этим доходы более 42 месяцев.

Нарождающиеся предприниматели и владельцы вновь созданного бизнеса образуют динамичный показатель ранней предпринимательской активности в стране. Даже если нарождающиеся предприниматели не преуспели в создании своей компании, тем не менее сам факт выхода на рынок можно рассматривать положительно с точки зрения повышения конкуренции для уже существующих компаний.

Для оценки предпринимательской активности стран-участниц проекта также используются следующие показатели (табл. 3).

<sup>2</sup> В качестве синонима термина «ранний предприниматель» можно использовать термин «предприниматель на ранних стадиях». Однако термин «ранний предприниматель» наиболее употребим в научном сообществе.

Таблица 3

## Основные показатели предпринимательской активности проекта GEM

Уровень активности нарождающихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент нарождающимися предпринимателями, т.е. вовлечен в создание бизнеса, выступая владельцем или совладельцем. Компания существует более трех месяцев, при этом заработная плата или другие виды вознаграждения не выплачивались
Уровень предпринимательской активности владельцев вновь созданного бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими нового бизнеса. Компания выплачивает заработную плату и денежное вознаграждение собственнику более трех, но менее 42 месяцев
Индекс предпринимательской активности (Total entrepreneurship activity index, TEA)	Характеризует уровень предпринимательской активности на ранних стадиях. Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося нарождающимися предпринимателями и владельцами вновь созданного бизнеса. Это не простая сумма двух первых показателей. Если респондент вовлечен в оба вида предпринимательской деятельности, его предпринимательская деятельность учитывается только один раз
Уровень активности устоявшихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими устоявшегося бизнеса. Компания выплачивает заработную плату и денежное вознаграждение собственнику более 42 месяцев
Общий уровень предпринимательской активности	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося ранними и устоявшимися предпринимателями
Уровень выхода из бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, которые в последние 12 месяцев продали, закрыли или каким-либо иным способом перестали являться владельцами и управляющими бизнеса

## ОТНОШЕНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В ОБЩЕСТВЕ

Отношение к предпринимательству является важной характеристикой для анализа страны, поскольку отражает общие настроения населения к предпринимательству и предпринимателям. Наличие в стране людей, способных распознавать бизнес возможности и обладающих необходимыми знаниями и опытом для их реализации, положительно влияет на общую социальную поддержку, привлечение финансовых ресурсов, развитие инфраструктуры и бизнес-сообщества для ранних и потенциальных предпринимателей. Факторы, значимые для начала предпринимательской деятельности, включают в себя как индивидуальные характеристики, так и национальные особенности развития предпринимательства. В модели GEM к ним относятся:

- внутренняя мотивация и специальные знания;

- оценка благоприятности внешней среды для начала бизнеса;
- существующая в обществе система ценностей, включающая в том числе: ценность предпринимательства для развития карьеры, престижность предпринимательства в обществе и стремление к высоким стандартам жизни;
- сформировавшееся бизнес сообщество;
- общественное мнение о предпринимательстве, которое во многом формируется за счет эффективной деятельности СМИ в создании успешного образа предпринимателя;
- наличие у граждан предпринимательских способностей, зависящих от необходимого для начала предпринимательской деятельности образования и достаточно высокой самооценки.



Рис. 3. Отношение к предпринимательству в обществе в 2006 и 2008 гг.  
Источник: APS 2006, APS 2008.



Исследования, проводимые уже в течение трех лет, показывают, что, несмотря на динамику показателей, можно наблюдать общие тенденции (рис. 3). В целом в российском обществе преодолено негативное отношение к личности предпринимателя – около 70% населения отмечают высокий статус предпринимателя и считают, что предприниматель пользуется уважением в обществе. Этот показатель в основном характеризует устоявшееся общественное мнение о предпринимателях. Сравнивая его значение в других странах, можно констатировать, что в большинстве стран-участниц проекта, имеющих длительную историю развития предпринимательства, этот показатель достаточно высок. Например, в США 74% респондентов, а в Финляндии, являющейся лидером по этому показателю, 89% респондентов считают, что предприниматели обладают высоким статусом в обществе.

Выбор карьеры предпринимателя говорит не только об отношении в обществе к предпринимательству, но и о наличии других возможностей трудоустройства. По странам наблюдаются существенные колебания этого показателя от 25% в Японии до 92% в Колумбии. В России 60% граждан рассматривают начало собственного дела как желаемый источник дохода.

Однако несмотря на то что большинство рассматривает предпринимательство как удачный выбор карьеры, количество вовлеченных в предпринимательскую деятельность в России невысоко. Это может объясняться тем, что респонденты не считают свои знания и опыт достаточными для начала собственного дела. Речь идет не об уровне

образования предпринимателей, а о восприятии индивидуумом уровня своей подготовленности и компетентности для открытия и развития бизнеса. К сожалению, Россия традиционно занимает последние места среди стран по этому критерию.

Наибольшую уверенность в своих знаниях демонстрируют Доминиканская Республика, Боливия, Перу с показателем более 70%. Менее всего в достаточности знаний и опыта для создания компаний уверены японцы (12,5%) и россияне (17,6%), в то время как в развитых странах Западной Европы и Америки от 25 до 55% населения согласны с этим утверждением.

Страх провала часто рассматривается как важный культурный компонент, который негативно сказывается на предпринимательской активности в стране. В 2008 г. 60% россиян указали на то, что боязнь стать неуспешным в бизнесе препятствует им в создании собственной фирмы. Этот показатель оказался самым высоким среди стран-участниц проекта GEM наряду с Великобританией (57%), Эстонией (52%) и Францией (50%).

Особенный интерес вызывает группа людей, которые видят благоприятные условия для развития бизнеса в регионе, но страх провала препятствует им в желании создать собственное дело. Так, практически половину (47,1%) людей, которые оценивают условия для развития предпринимательства в регионе как благоприятные, удерживает страх провала от создания собственной фирмы. Тем не менее следует отметить, что традиционно практически каждый второй россиянин затрудняется с ответом на вопрос об оценке благоприятности условий развития предпринимательства в регионе.

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В СТРАНАХ - УЧАСТНИЦАХ GEM

### Предпринимательская активность

Данные GEM позволяют объяснить такие различия в предпринимательском потенциале стран, как институциональное развитие и существующие системы регулирования создания и развития компаний; демографические характеристики, в частности возрастная структура населения и миграционные процессы; предпринимательская культура; общий уровень экономического благосостояния и технологическое развитие.

В табл. 4 приводятся данные о предпринимательской активности в разных стадиях предпринимательского процесса (рис. 2) для 43 стран-участниц GEM 2008. Страны сгруппированы в зависимости от стадии экономического развития. Представленные данные, описывают базовые характеристики общей предпринимательской активности для каждой страны.

Таблица 4

**Показатели предпринимательской активности и устоявшегося бизнеса в странах участницах GEM в 2008 году (в %, в возрасте 18-64), по стадиям экономического развития**

Страна	Нарождающаяся предпринимательская активность	Владельцы вновь созданного бизнеса	Ранняя предпринимательская активность (TEA)	Устоявшиеся предприниматели	Общая предпринимательская активность	Уровень выхода из бизнеса	Размер выборки
<b>Ресурсно-ориентированная экономика</b>							
Ангола	19.3	4.1	22.7	4.1	26.0	23.4	1,490
Боливия	17.4	14.3	29.8	19.1	45.6	10.5	1,879
Босния и Герцеговина	6.4	2.7	9.0	8.7	17.1	5.0	1,586
Египет	7.9	5.5	13.1	8.0	20.2	6.3	2,603
Индия	6.9	4.9	11.5	16.5	27.6	10.1	1,919
Иран	5.9	3.4	9.2	6.8	15.7	5.2	3,119
Колумбия	13.8	11.7	24.5	14.1	36.7	7.1	2,000
Эквадор	8.7	9.1	17.2	11.9	28.1	5.9	2,142
<b>Эффективно-ориентированная экономика</b>							
Аргентина	8.5	8.5	16.5	13.5	29.6	10.2	1,731
Бразилия	2.9	9.3	12.0	14.6	26.4	3.5	2,000
Венгрия	3.8	2.8	6.6	5.3	11.8	1.1	1,994
Доминиканская республика	11.7	9.8	20.4	8.2	27.9	11.3	2,013
Латвия	3.9	2.8	6.5	3.0	9.4	1.7	2,011
Македония	7.2	7.7	14.5	11.0	24.8	5.3	1,746
Мексика	9.3	4.0	13.1	4.9	17.8	13.6	2,433
Перу	19.7	6.8	25.6	8.3	32.7	10.4	1,990

<b>Россия</b>	<b>1.7</b>	<b>2.0</b>	<b>3.5</b>	<b>1.1</b>	<b>4.4</b>	<b>1.1</b>	<b>1,660</b>
Румыния	2.5	1.6	4.0	2.1	5.9	2.2	1,667
Сербия	4.0	3.6	7.6	9.3	16.5	3.7	1,813
Турция	3.2	3.0	6.0	4.8	10.7	3.9	2,400
Уругвай	7.7	4.4	11.9	7.9	19.3	9.1	1,645
Хорватия	4.9	2.8	7.6	4.8	12.3	2.9	1,696
Чили	8.6	5.8	14.1	6.8	20.2	5.8	4,068
Южная Африка	5.7	2.1	7.8	2.3	9.9	5.8	2,719
Ямайка	9.0	7.1	15.6	9.1	24.3	8.9	2,399
<b>Инновационно-ориентированная экономика</b>							
Бельгия	2.0	0.9	2.9	2.6	5.3	1.5	1,997
Велико-британия	3.1	2.9	5.9	6.0	11.7	2.1	5,892
Германия	2.4	1.5	3.8	4.0	7.7	1.8	4,751
Голландия	2.1	3.2	5.2	7.2	12.3	1.6	2,534
Греция	5.3	4.6	9.9	12.6	22.0	2.9	1,962
Дания	2.3	2.3	4.4	4.4	8.4	1.9	2,012
Израиль	3.5	3.1	6.4	4.5	10.6	3.2	1,778
Ирландия	3.3	4.3	7.6	9.0	16.3	3.6	1,924
Исландия	6.5	3.6	10.1	7.1	16.7	3.4	2,002
Испания	3.3	3.9	7.0	9.1	14.8	1.3	30,879
Италия	2.0	2.7	4.6	6.5	11.0	1.8	2,970
Корея	3.5	6.5	10.0	12.8	22.6	4.7	2,000
Норвегия	5.0	4.0	8.7	7.7	15.8	3.4	1,614
Словения	4.1	2.4	6.4	5.6	11.8	1.3	3,019
США	5.9	5.0	10.8	8.3	18.7	4.4	3,441
Финляндия	4.1	3.3	7.3	9.2	16.0	2.1	2,011
Франция	3.8	1.9	5.6	2.8	8.2	2.2	1,573
Япония	3.2	2.3	5.4	7.9	12.7	1.0	1,879

Источник: GEM Adult population Survey (APS)

Приведенные данные раскрывают особенности предпринимательской активности в каждой стране. Не удивительно, что в ресурсно-ориентированных экономиках уровень вовлеченности в предпринимательскую активность как ранних, так и устоявшихся предпринимателей достаточно высок.

Уровень предпринимательской активности в России в 2008 г. вырос по сравнению с предыдущим годом и составил 3,49% (против 2,7% в 2007 г.), но остается одним из самых низких среди стран-участниц проекта. Рост этого динамичного пока-

зателя в России можно объяснить действиями государственных органов власти, политика которых в 2008 г. была направлена на поддержку малого бизнеса. Эти меры в основном касались снижения входных барьеров на рынок и улучшения доступа к физической инфраструктуре при существенной финансовой поддержке со стороны государства. Более 3,8 млрд. руб. были субсидированы на развитие научных парков, бизнес инкубаторов и венчурных фондов. Доля устоявшихся предпринимателей также остается одной из самых низких в проекте и в 2008 г. снизилась с 1,7 до 1,1%.

GEM на протяжении 10 лет исследований обнаруживает наличие U-образной связи между уровнем экономического развития и уровнем и типом предпринимательской активности. На рис. 4 показано U-образное отношение между ВВП на

душу населения и уровнем предпринимательской активности 2008 года в странах-участницах проекта. Данные об уровне предпринимательской активности получаются из репрезентативной выборки взрослого трудоспособного населения (APS) в возрасте от 18 до 64 лет.

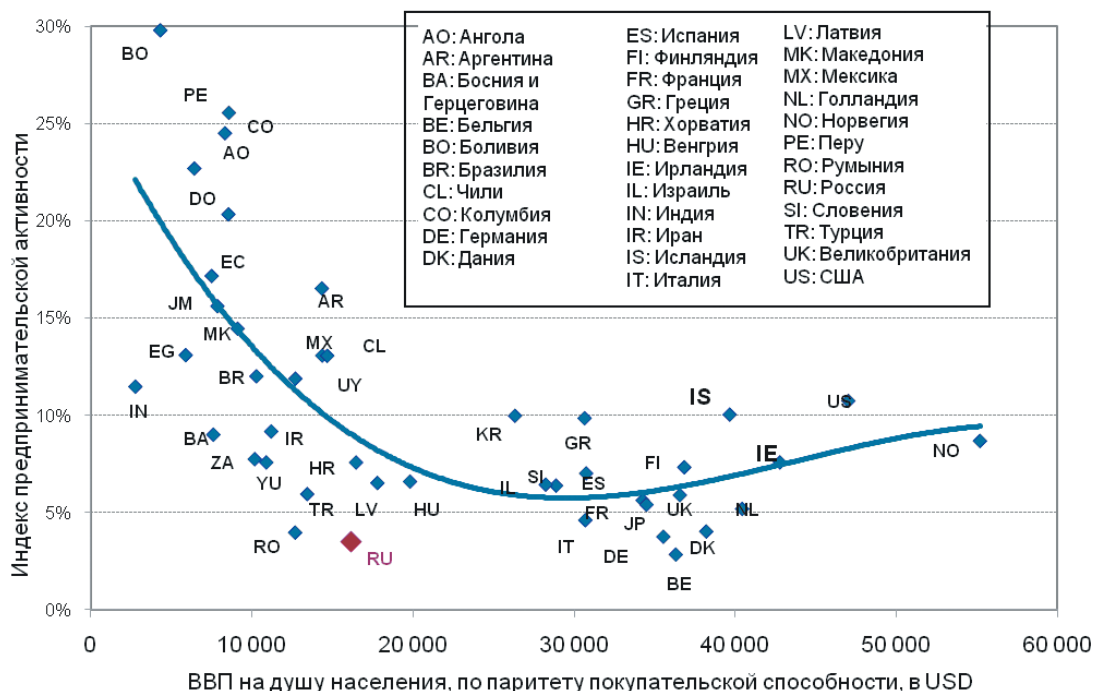


Рис. 4. Индекс предпринимательской активности и ВВП на душу населения  
Источник: GEM Adult population Survey (APS 2008).

Эту зависимость можно объяснить следующим образом. В странах с низким уровнем дохода на душу населения структура экономики характеризуется доминированием большого числа малых фирм. Важным фактором роста являются макроэкономическая и политическая стабильность, которые способствуют развитию сильных предприятий. По мере экономического роста и увеличения доходов, в частности, крупные и уже существующие на рынке фирмы удовлетворяют растущий спрос на большинстве рынков. Рост значения крупных компаний сопровождается уменьшением темпов роста малого и среднего бизнеса, так как все большее количество людей находят стабильную работу на этих предприятиях. Таким образом, для стран с низким уровнем доходов на душу насе-

ления уменьшение уровня предпринимательской активности может считаться положительным знаком, особенно если это снижение сопровождается экономическим ростом и политической стабильностью.

Разбросанность индексов предпринимательской активности вокруг линий наилучшего распределения на рис. 4 показывает также, что размер предпринимательского сектора в стране подчинен и другим факторам помимо различий в уровне экономического развития или благосостояния. Предпринимательство – это не сугубо экономическое явление, но и социально-экономический феномен, поэтому на предпринимательство оказывают влияние такие факторы, как предпринимательская культура, демографические характеристики, развитость институтов.

## Мотивы предпринимательской деятельности

Начать свое дело предприниматели могут в силу разных причин. В то время как одни создают новые компании в силу того, что используют появившиеся возможности, другие вынуждены основывать бизнес, так как не имеют других способов к получению средств для существования. Таким образом, в проекте GEM выделяются:

**1. Предприниматели «по возможности» (opportunity entrepreneurs)** – предприниматели, которые пытаются использовать открывающиеся возможности и получать преимущества от предпринимательской деятельности.

**2. Предприниматели «по необходимости»<sup>3</sup> (necessity entrepreneurs)** – предприниматели, которые пытаются начать свое дело в силу того, что у них нет иных возможностей для получения дохода.

При изучении связи между уровнем развития экономики и мотивацией предпринимателей в проекте GEM было выявлено, что в целом на протяжении ряда лет в инновационно-ориентированных экономиках наибольшее значение придавалось наличию бизнес возможностей. И даже в странах с невысоким индексом предпринимательской активности предпринимательство характеризуется высоким качеством, т. е. создание фирмы является результатом наличия потенциально прибыльной идеи. В ресурсно- и эффективно-ориентированных экономиках организация нового бизнеса чаще всего вынужденный шаг. Высокие показатели ранней предпринимательской активности в этих странах в большей степени свидетельствуют об отсутствии альтернатив, чем о высоком уровне развития предпринимательства.

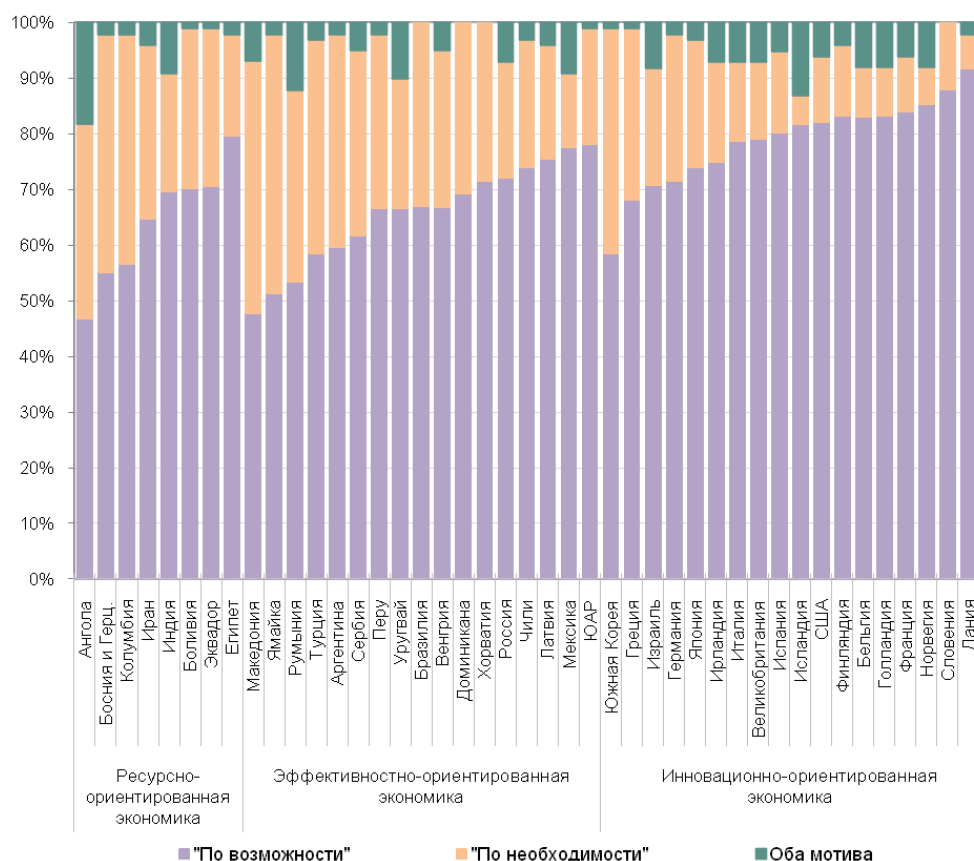


Рис. 5. Распределение ранних предпринимателей в зависимости от мотива деятельности

<sup>3</sup> В литературе для характеристики этого феномена используется термин «вынужденный предприниматель».



В 2008 г. такая тенденция сохранялась (рис. 5). В целом доля предпринимателей «по возможности» в инновационно-ориентированных экономиках была выше, чем в двух других типах экономик. Однако такое грубое деление оставляет мало возможностей для глубокого понимания мотивации, так как респонденты при ответе на вопрос о мотивации, выбирая между вариантами «нет лучших возможностей для работы» и «использую новые бизнес возможности», могут делать выбор в пользу последнего, даже если в действительности их мотивация ближе к первой альтернативе [Bosma et al, 2009]. Поэтому мотивация предпринимателей, которые руководствуются в своей деятельности использованием возникающих возмож-

ностей, подверглась более детальному изучению. Они были разделены на три группы. К первой группе относятся те, кто в качестве основного мотива называет увеличение дохода. Для представителей второй группы главным мотивом является независимость. Третью группу составляют те, кто использует возможности предпринимательства для поддержания дохода. Фактически это группа предпринимателей близка к предпринимателям «по необходимости».

Так, если в большинстве ресурсно-ориентированных экономик доля третьей группы в среднем составляет около 15%, то в инновационно-ориентированных экономиках около 7%.

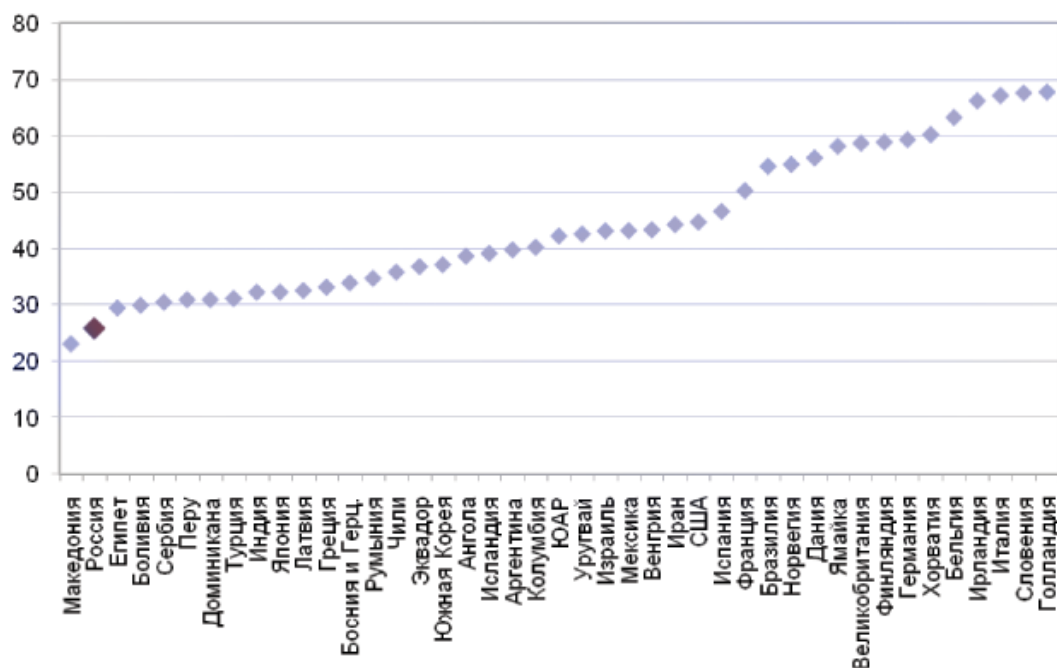


Рис. 6. Мотив независимости у ранних предпринимателей «по возможности»

Анализируя первые два типа мотивации «по возможности», можно увидеть, что и здесь существуют сильные различия между странами (рис. 6). В большинстве инновационно-ориентированных экономик основным является мотив независимости, т. е. население рассматривает предпринимательскую деятельность как привлекательную и дающую необходимую свободу. Напротив, в ресурсно- и эффективно-ориентированных экономиках, мотив увеличения дохода является преобладающим.

В России соотношение вынужденных предпри-

нимателей и предпринимателей, использующих появляющиеся возможности, устойчиво по годам (2006–2008 гг.). Доля предпринимателей «по возможности» составляет чуть более 70%. При этом высока доля тех, кто вовлечен в предпринимательскую деятельность для того, чтобы поддержать существующий уровень дохода. В 2008 г. доля таких предпринимателей составила 21% от общего числа предпринимателей «по возможности». Половиной ранних предпринимателей движет желание увеличить доход, а мотив независимости рассматривается в качестве основного

24% предпринимателей. Возможно, это объясняется социально-культурными особенностями, в частности многолетней исторической ориентацией на коллективизм, что влияет на то, что достижение индивидуального успеха и независимости в работе пока не имеет значительной ценности для большинства россиян.

Несмотря на то что мужчины чаще вовлечены в создание нового бизнеса, среди них больше вынужденных предпринимателей (32%), чем среди женщин (23%). В целом можно говорить о различиях в активности различных типов предпринимателей в зависимости от социально-демографических характеристик.

## Заккрытие бизнеса

Предпринимательская активность измеряется не только количеством созданных компаний, но и количеством вышедших из бизнеса. Данные GEM показывают, что между этим показателем существует корреляция [Bosma et al, 2009]. В ряде стран уровень выхода из бизнеса сопоставим, а иногда и превышает уровень предпринимательской активности (табл. 4). Например, в Индии при уровне предпринимательской активности в 11,5% уровень выхода составил 10,1%, в Мексике при индексе активности ранних предпринимателей 13,1% уровень закрытия бизнеса – 13,6%. В инновационно-ориентированных экономиках уровень выхода из бизнеса ниже, чем в ресурсно-и эффективно-ориентированных экономиках.

Тем не менее, как было сказано выше, во многих этих странах индекс предпринимательской активности относительно невысок.

Сравнение уровня нарождающегося предпринимательства, т.е. лиц, вовлеченных в создание бизнеса и предпринимающих активные действия, с уровнем тех, кто выходит из бизнеса, позволяет говорить о расширении предпринимательства. Как видно из рис. 7, в четверти стран-участниц проекта значение этого коэффициента было меньше 1.

В России коэффициент расширения составляет 1,5, т. е. в 2008 г. произошел некоторый прирост предпринимательского бизнеса.

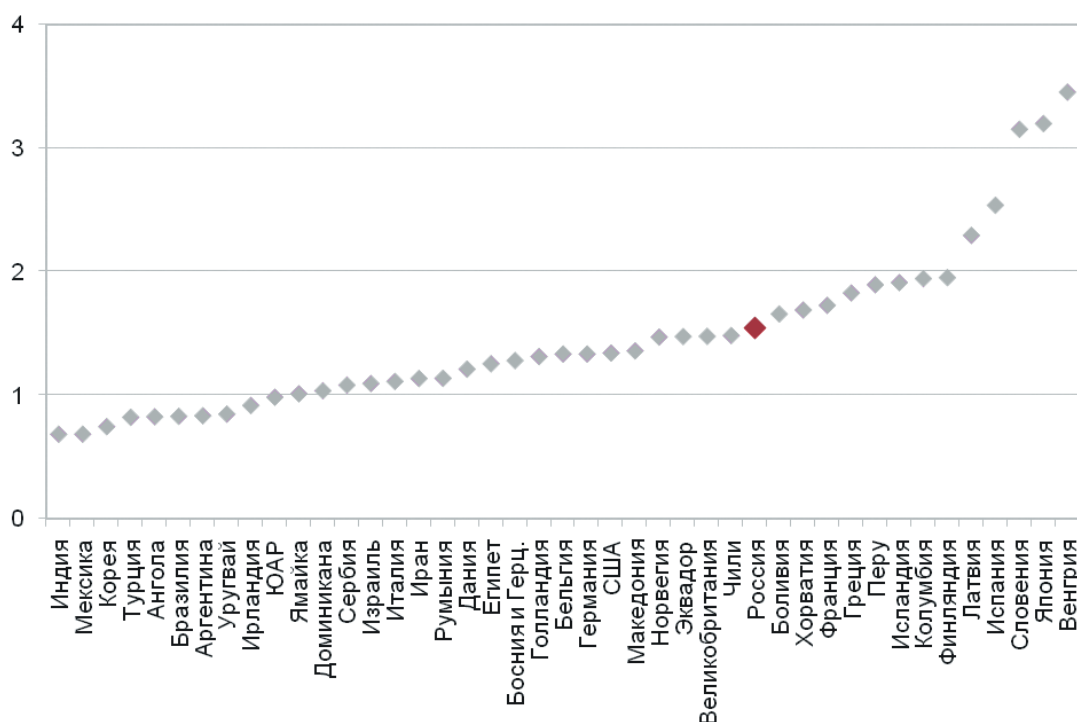


Рис. 7. Коэффициент расширения предпринимательства (отношение уровня нарождающегося предпринимательства к уровню выхода из бизнеса), 2008

Необходимо отметить, то закрытие бизнеса не всегда является свидетельством провала начинаний или банкротства фирмы. В соответствии с данными GEM в среднем одна треть компаний, собственник которых – респондент GEM – вышел из бизнеса, продолжали существовать с другими собственниками или в другой форме [Bosma et al, 2009].

Рисунок 8 демонстрирует, каковы были причины выхода из бизнеса предпринимателей в странах с различными типами экономик, в том числе и в России. Основной причиной закрытия бизнеса

во всех странах GEM являются финансовые проблемы. Однако нерентабельность и трудности, возникающие с доступом к финансированию, представляют большую проблему в ресурсно- и эффективно-ориентированных экономиках (более 50%), чем в инновационно-ориентированных (чуть более 40%). В России финансовые проблемы также явились основной причиной закрытия бизнеса. Но следует отметить, что в России очень высока доля выхода из бизнеса из-за проблем с оборотным капиталом.

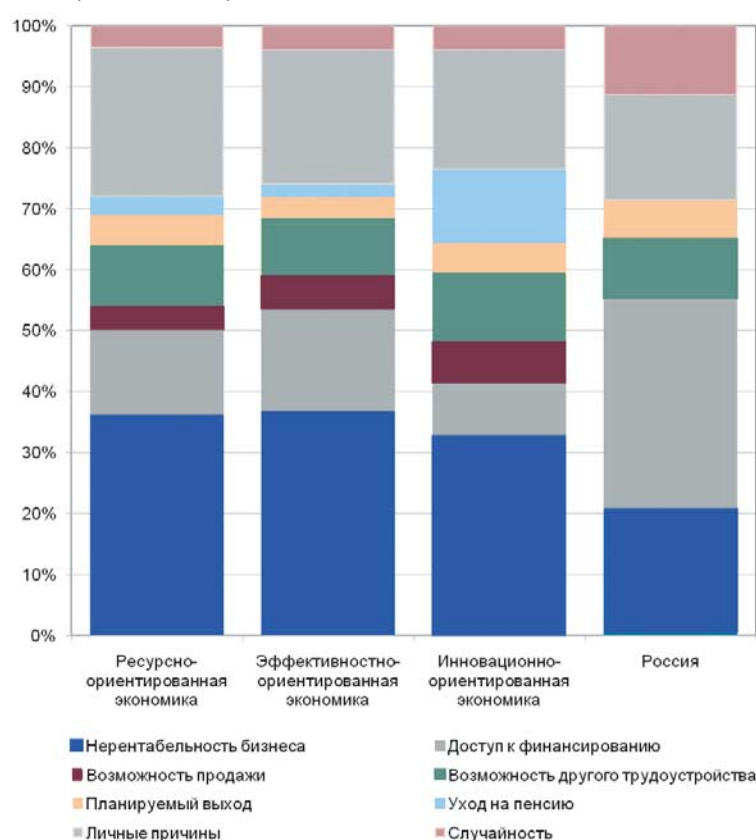


Рис. 8. Причины выхода из бизнеса в странах-участницах GEM и России

Большая вовлеченность в предпринимательство людей старшей возрастной группы в инновационно-ориентированных экономиках объясняет и высокий удельный вес такой причины, как уход на пенсию, в этих странах. В России ни один респондент не назвал уход на пенсию в качестве причины закрытия бизнеса, так же как и возможность продажи.

Для многих предпринимателей прекращение деятельности фирмы не означает конец предпринимательской карьеры. Многие ранние предприниматели уже имели опыт предпринимательской деятельности в прошлом. Практика открытия нового бизнеса респондентами, имеющими опыт пред-

принимательской деятельности, более популярна в ресурсно-ориентированных и эффективно-ориентированных экономиках. В среднем 17% нарождающихся предпринимателей в этих странах закрыли бизнес в предыдущие годы. В инновационно-ориентированных экономиках таких только 8%. В России среди ранних предпринимателей доля тех, кто уже имел опыт предпринимательской деятельности, составляет 28%. Это говорит о том, что вовлеченность в предпринимательство новых индивидуумов в среднем меньше, чем в странах GEM, и практически каждая третья фирма создается теми, кто был вовлечен в предпринимательство ранее.

## Социально-демографические характеристики российского предпринимателя

Исследователи предпринимательства едины во мнении, что такие социальные и экономические характеристики, как пол, возраст, уровень образования и дохода, оказывают существенное

влияние на желание стать предпринимателем и начать свое дело и таким образом являются факторами, определяющими предпринимательскую активность.

### Возраст

Анализ возрастной структуры предпринимателей выявил различия в возрастных характеристиках различных типов предпринимателей. Среди ранних предпринимателей (рис. 9) наибольшую предпринимательскую активность демонстрируют респонденты в возрасте от 25 до 34 лет.

Преобладание этой возрастной группы является типичным как для большинства стран GEM, так и демонстрирует устойчивость на протяжении трех лет исследований в России. В 2007 г. на их долю пришлось 46%, а в 2008 г. – 41% ранних предпринимателей.

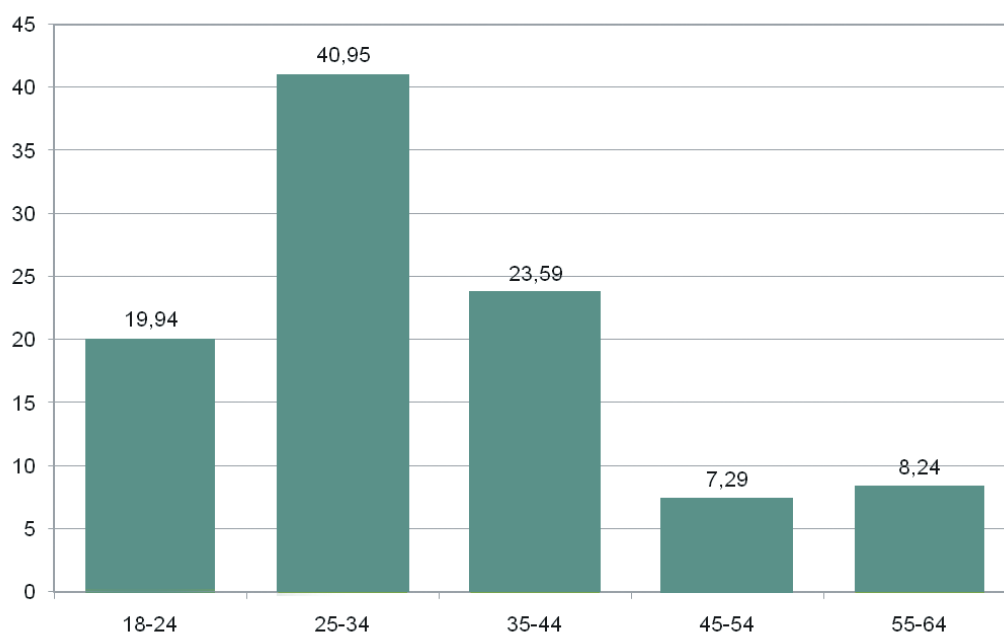


Рис. 9. Распределение ранних предпринимателей по возрастным группам, 2008 г.

На распределение предпринимательской активности по возрастным группам влияют, с одной стороны, желание создавать бизнес, которое уменьшается с возрастом, а с другой стороны, наличие знаний, навыков и капитала, приобретаемых с возрастом. Поэтому закономерным вы-

глядит и тот факт, что среди устоявшихся предпринимателей доля старших возрастных групп выше, чем среди тех, кто создает новые фирмы. Среди устоявшихся предпринимателей доля возрастной группы от 45 до 64 лет составила 49,5% против 15,5% среди ранних предпринимателей.

## Пол

Гендерная структура российского раннего предпринимательства типична для европейских стран, где доля женской занятости традиционно высока. Во всех странах-участницах GEM, кроме Анголы, ранняя предпринимательская активность мужчин выше, чем женщин. Однако культурные национальные особенности влияют на соотношение мужчин и женщин в раннем предпринимательстве. Так, в таких странах, как Иран, Египет, Македония, Корея, Турция, активность мужчин превышает активность женщин в три-четыре раза, а в большинстве

европейских инновационно-ориентированных экономик в 2 раза.

В России в 2008 г. ранняя предпринимательская активность мужчин составила 4,5%, а активность женщин 2,5% (рис. 10). Это означает, что при сложившемся уровне предпринимательской активности, каждый 22-й мужчина и каждая 40-я женщина являются ранними предпринимателями. Причем такое соотношение мужчин и женщин устойчиво по годам.

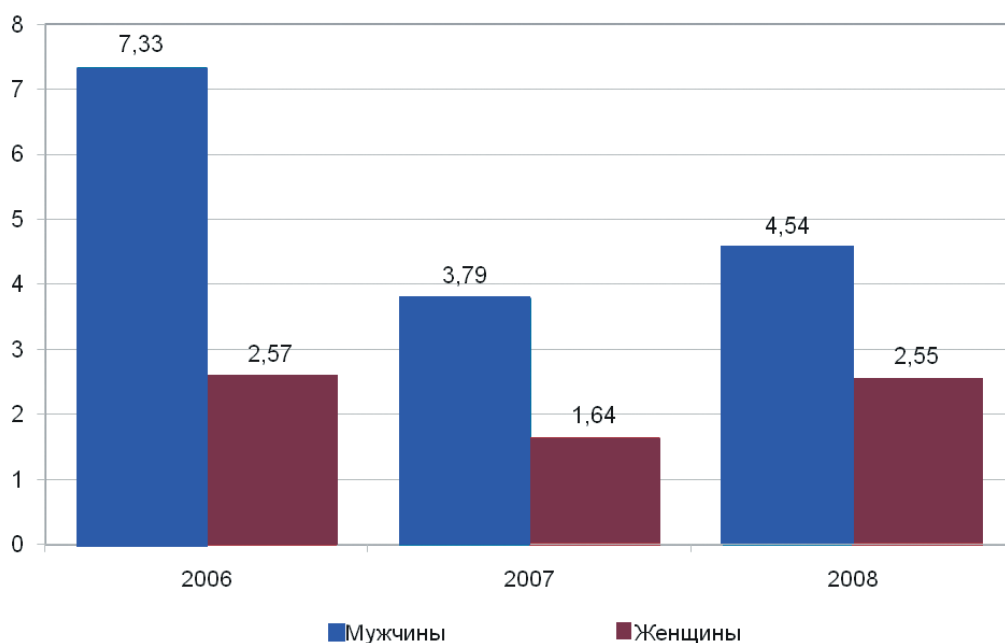


Рис. 10. Динамика ранней предпринимательской активности мужчин и женщин 2006-2008 гг.

Анализируя различия между мужчинами и женщинами, можно принимать во внимание не только культурные традиции страны, но и гендерные особенности отношения к предпринимательству. Так, мужчины видят благоприятные возможности во внешней среде и более позитивно оценивают условия для организации бизнеса (36% мужчин против 29% женщин). Они также более оптимистичны в оценке своих знаний и опыта (20% против 15% соответственно) для начала собственного дела и меньше боятся провала собственных начи-

ний. Мужчины чаще готовы рисковать – страх неудачи бизнеса препятствует началу собственного дела 53% мужчин и 68% женщин.

И хотя мужчины чаще вовлечены в создание собственного дела, на этапе выживания бизнеса они не всегда более успешны. Среди устоявшихся предпринимателей число женщин больше. В 2008 г. предпринимательская активность женщин (1,22%) незначительно превышала активность мужчин (1%).



## Образование

Данные GEM показывают, что в большинстве стран люди с более высоким уровнем образования демонстрируют большую склонность к созданию бизнеса. И в России в 2008 г. активность как

ранних, так и устоявшихся предпринимателей с высшим образованием была самой высокой (рис. 11).

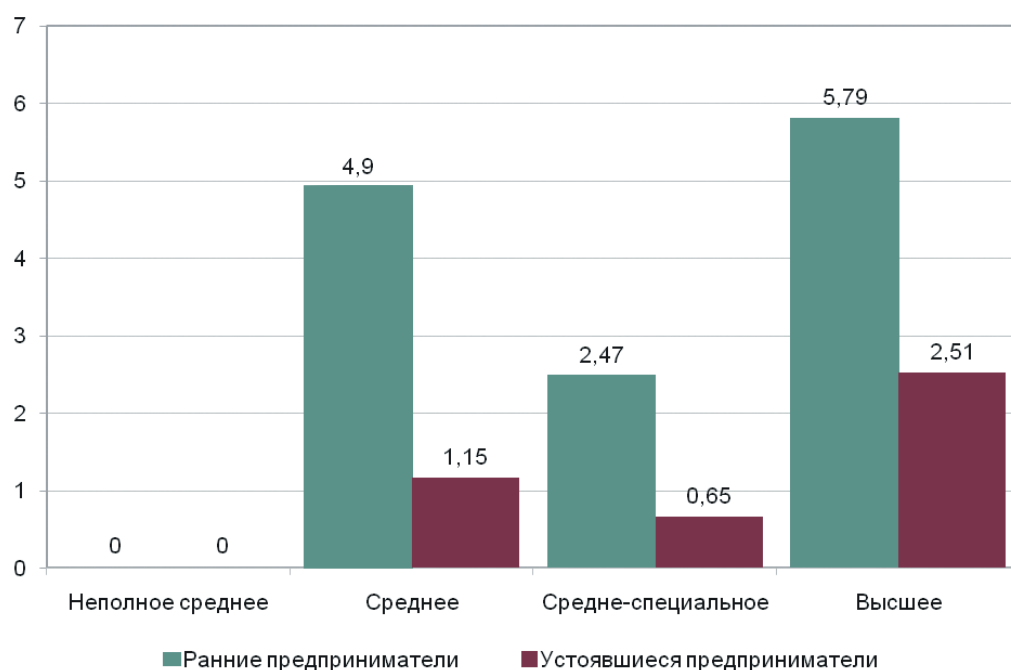


Рис. 11. Активность ранних и устоявшихся предпринимателей с различным уровнем образования

Уровень активности респондентов с высшим образованием превышает уровень активности по выборке в целом для ранних предпринимателей в 1,7 раза, а для устоявшихся — в 2,3 раза, т.е. на этапе развития бизнеса высшее образование

имеет большее значение, чем при создании компании. Можно предположить, что решающими оказываются не специальные знания, полученные в учебных заведениях, а общие навыки решения разнообразных задач.

## Тип населенного пункта

Анализ ранней предпринимательской активности респондентов в различных типах населенных пунктов выявил, что наиболее активны в создании новых бизнесов жители крупных городов с населением от 20 до 100 тысяч человек (рис. 12). В мегаполисах активность несколько ниже,

что может говорить об относительной доступности работы в крупных устоявшихся компаниях в городах-миллиониках. Высокая активность ранних предпринимателей в сельской местности может, напротив, быть вызвана отсутствием предложения работы со стороны имеющихся компаний, и сопровождаться более высокой долей вынужденных предпринимателей.

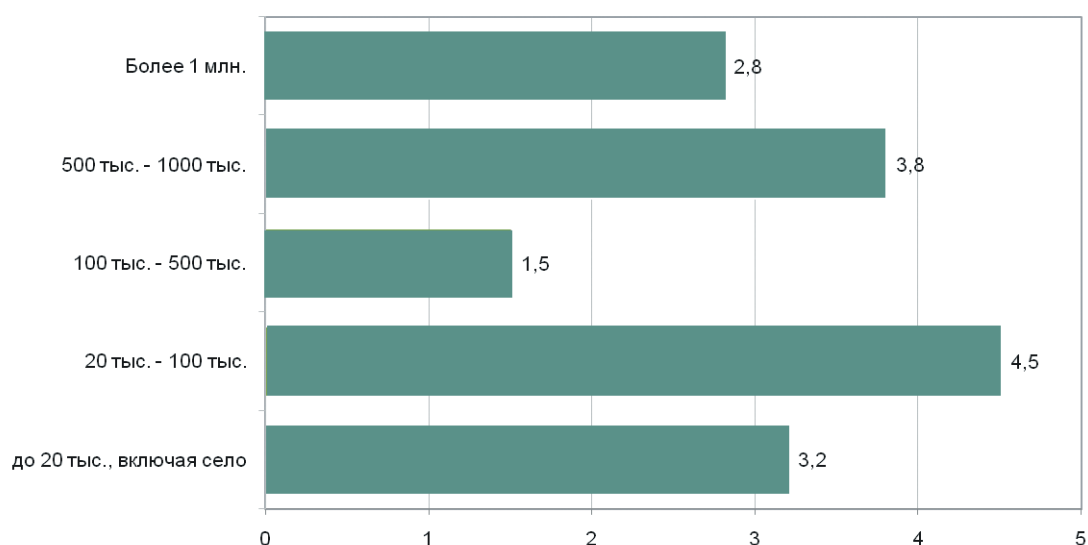


Рис. 12. Ранняя предпринимательская активность по типу населенного пункта

Наиболее низкий уровень активности наблюдается у жителей городов с численностью населения от 100 до 500 тыс. человек. Низкая предпринимательская активность в этом типе населенных

пунктов может объясняться отсутствием в них потенциально прибыльных возможностей создания нового бизнеса.

## Тип занятости

Большинство ранних предпринимателей указывают, что основным источником их дохода является заработная плата с основного места работы, где они заняты полностью или частично, а также доход от социальных выплат. Особенностью российских ранних предпринимателей является высокая активность безработных – 3,36% указали на то, что в настоящее время нигде не работают, но при этом пытаются организовать собственный бизнес. По численному выражению их активность практически совпадает с активностью полностью или частично занятых (3,45%). В целом среди стран-участниц GEM индекс активности безработных значительно меньше по сравнению с индексом ТЕА. Например, во Франции он в 10 раз мень-

ше, в Индии – в 5,7 раза, в Великобритании – в 2 раза, а в США – в 1,6 раза. То есть большинство российских безработных ищут пути к возвращению в полноценную трудовую деятельность, что в условиях кризиса, сопровождающегося сокращением предложений рабочих мест со стороны крупных предприятий, может стать резервом развития российской экономики.

Об этом свидетельствует и анализ активности потенциальных предпринимателей в зависимости от типа занятости. Так, 14,7% безработных и 14% респондентов, частично вовлеченных в трудовую деятельность, заявляют о том, что планирует открытие своего дела в ближайшие три года (рис. 13).

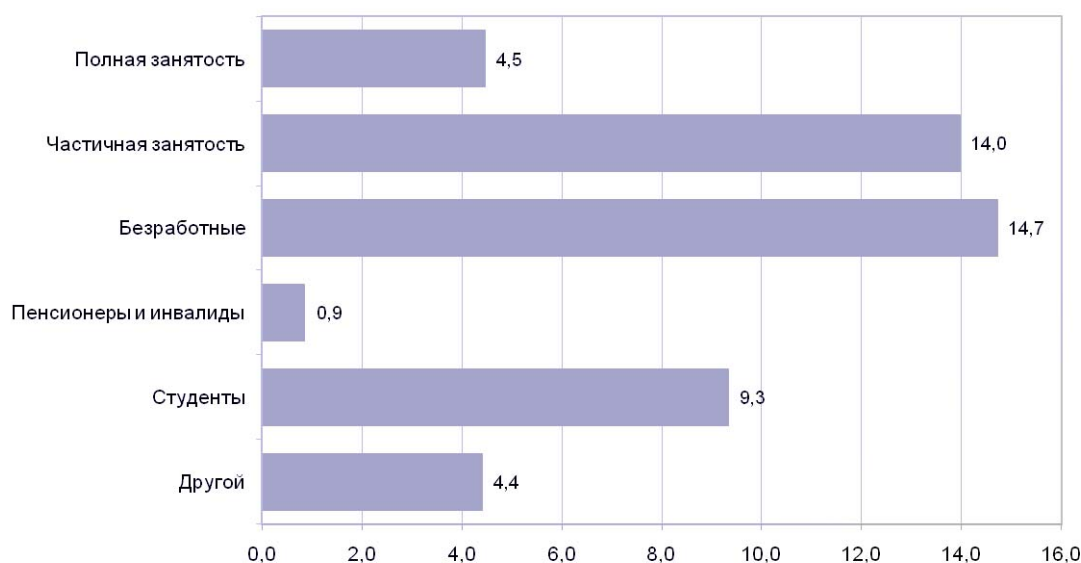


Рис. 13. Активность потенциальных предпринимателей по типу занятости

Также можно заметить, что практически каждый 10-й студент планирует связать свою трудовую деятельность с предпринимательством. Это является существенным потенциалом развития предпринимательства. На фоне низкой оценки респондентами наличия у них знаний, навыков и

опыта, необходимых для ведения собственного дела, специальные программы подготовки для этих групп населения могли бы способствовать повышению предпринимательскому потенциалу российского общества.

## Секторальное распределение

Проект GEM ориентирован не на простой подсчет числа фирм, а на оценку предпринимательского духа и предпринимательской активности на различных стадиях развития фирмы. При использовании данных проекта необходимо учесть, что для измерения ряда показателей, например секторального распределения, база GEM не является лучшим источником информации, однако может быть полезна для характеристики активности ранних предпринимателей.

GEM анализирует сектора народного хозяйства, в которых заняты предприниматели, используя Международный стандарт отраслевой классификации экономической активности (International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities — ISIC). Все сектора разделены на потребительски ориентированные отрасли; занятые оказанием бизнес-услуг; производство и строительство, а также добывающий сектор (сельское и лесное хозяйство, рыболовство, добыча полезных ископаемых).



Рис. 14. Секторальное распределение российских предпринимателей

В большинстве стран GEM, предприниматели заняты производством товаров и оказанием услуг потребителям. Однако доля этого сектора в различных экономиках варьируется. По мере развития экономики он играет меньшую роль в структуре экономики. Если в ресурсно-ориентированных экономиках на долю сектора приходится более 60% предпринимателей, в эффективно-ориентированных — около 50%, то в инновационно-ориентированных в них уже занято уже около 40% респондентов. В России эта доля составила 47,6%.

Сокращение доли потребительского сектора в инновационно-ориентированных экономиках происходит за счет увеличения оказания бизнес-услуг. В структуре секторального распределения в развитых экономиках он составляет около 25%, в то время как в менее развитых экономиках — около 10%. Особенностью России является достаточно высокая доля занятых в строительстве и производстве предпринимателей (рис. 14).

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСТРЕМЛЕНИЯ

Страны различаются между собой не только по уровню предпринимательской активности, но и по характеру предпринимательства. Для характеристики предпринимательства могут быть исполь-

зованы такие показатели, как инновационность предпринимательской деятельности, экспортная ориентация и ожидаемый рост бизнеса.

### Инновационность

Еще одной важной характеристикой предпринимательства является его инновационность. В рамках проекта GEM для ее измерения используются три индикатора:

- оценка новизны продукта/услуги, который производит или будет производить предприятие;
- оценка конкурентного окружения, с которым сталкивается фирма;
- оценка новизны используемых технологий.

На рис. 15 представлен индекс по четырем странам (Россия, США, Бразилия, Индия), являющийся комбинацией двух показателей инновационности: новизны продукта и интенсивности

конкуренции. Этот индекс отражает количество предпринимателей, считающих, что предлагаемый ими продукт или услуга является новым для всех или нескольких потребителей, и в то же время у них либо нет, либо мало конкурентов. Выбор стран для сравнения обусловлен тем, что США на протяжении всего времени существования проекта демонстрируют один из самых высоких уровней предпринимательской активности среди инновационно-ориентированных экономик, а Индия и Бразилия представляют, с одной стороны, соответственно ресурсную и эффективностную экономики, с другой стороны, динамично развивающиеся экономики.

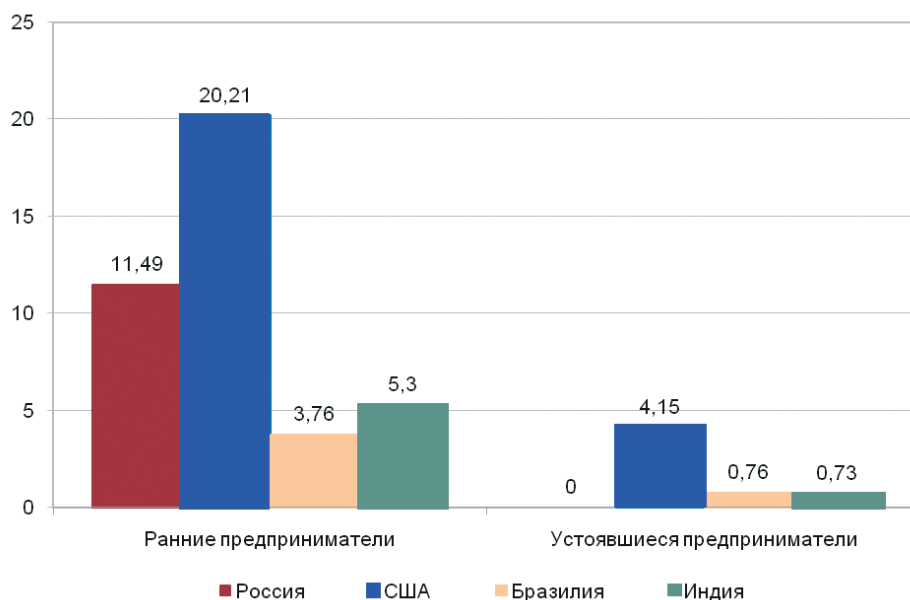


Рис. 15. Индекс новизны продукта/интенсивности конкуренции среди стран для ранних и устоявшихся предпринимателей

Источник: GEM Adult Population Survey (APS 2008).



Как видно, общим для всех стран является то, что ранние предприниматели по сравнению с устоявшимися предпринимателями значительно более оптимистичны в отношении оценки новизны своей продукции и предполагают столкнуться с меньшим количеством конкурентов. Это может говорить о том, что ранние предприниматели не располагают достаточными знаниями о рынке для объективной оценки инновационности своих товаров и услуг.

Несмотря на то что индексы ранней предпринимательской активности в Бразилии (12%), Индии (11,5%) и в США (10,8%) близки, эти страны зна-

чительно различаются по инновационности. Наиболее высокое значение наблюдается в США, где каждый пятый ранний предприниматель характеризует свою продукцию как новую и неимеющую конкурентов. Среди российских ранних предпринимателей доля тех, кто оценивает свою продукцию подобным образом, составила 11,5%, что превышает значение аналогичного показателя в Индии более чем в 2 раза, а в Бразилии – в 3 раза.

Однако уже второй год подряд среди устоявшихся предпринимателей не было ни одного, кто оценил свой продукт как инновационный.

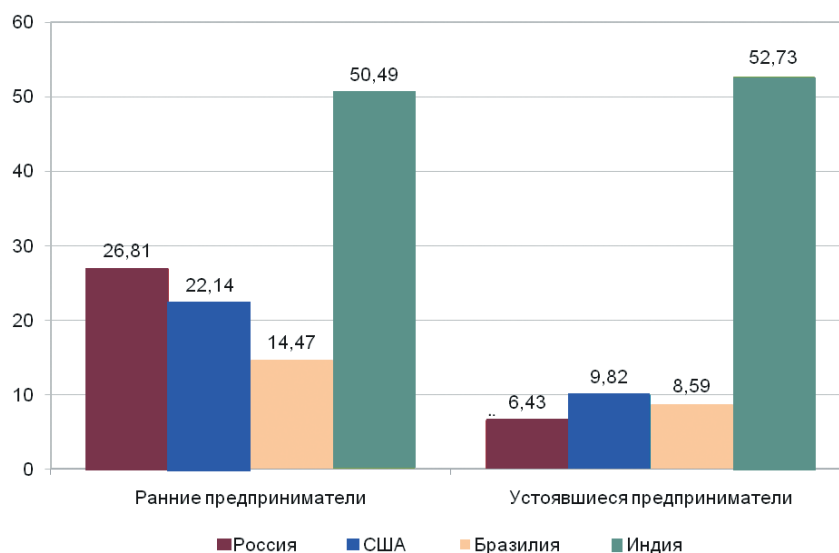


Рис. 16. Использование новых и новейших технологий ранними и устоявшимися предпринимателями

На рис. 16 отображена доля ранних и устоявшихся предпринимателей, считающих, что используемые ими технологии являются новейшими (возрастом до 1 года) и новыми (от 1 года до 5 лет). В отношении использования новых технологий наблюдается та же закономерность, что и при оценке новизны продукции: ранние предприниматели демонстрируют более оптимистичные мнения. Не всегда доля тех, кто оценивает свои технологии как новые, говорит об инновационности экономики в целом. Более высокие значения этого показателя в ряде ресурсно- и эффективно-ориентированных экономиках по сравнению с инновационными экономиками могут объясняться

тем, что технологии, рассматриваемые как новые в первых двух группах стран, не считаются таковыми в развитых экономиках. Например, высокое значение показателя новизны технологий индийскими предпринимателями может объясняться именно этим, особенно учитывая, что процент занятых в технологичном секторе составляет около 3% предпринимателей.

В России около 70% ранних и 93,5% устоявшихся предпринимателей используют технологии, существующие более 5 лет. Доля предпринимателей, занятых в высокотехнологичных отраслях, составила около 3%.

## Устремление к росту

Изучая связь между экономическим ростом и предпринимательством, необходимо отметить, что вклад различных фирм в его обеспечение неодинаков. Для оценки роста в проекте GEM используется показатель создания новых рабочих мест. Выделяются два критерия оценки роста фирм: для вновь создаваемых фирм показателем роста является наличие 19 и более рабочих мест, а для уже существующих фирм требуется рост числа рабочих мест более чем на 50%.

В целом только 8% всех стартапов предполагают создать 20 и более рабочих мест в течение ближайших 5 лет. Именно эти фирмы являются локомотивом развития экономики. Среди стран GEM наибольшее стремление к росту в период с 2002 по 2008 г. демонстрируют предприниматели Китая. При этом в большинстве других стран со средним и низким уровнем дохода на душу на-

селения доля предпринимателей, настроенных на рост, относительно ниже, чем в странах с высоким уровнем дохода.

Большинство вновь созданных компаний в выборке имели численность менее 20 человек. На их долю приходилось более 90% компаний. При этом 20% ранних предпринимателей не планируют создавать новые рабочие места совсем, и только около 13% предполагают увеличить количество рабочих мест более чем на 50%. Среди устоявшихся предпринимателей подобную возможность видят только 12% респондентов.

По сравнению с 2006 – 2007 гг. этот показатель снизился, что может свидетельствовать о появлении кризисных явлений в экономике и замедления экономического роста, который предприниматели почувствовали в середине 2008 г., когда проводился опрос.

## ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ И ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ (NES)

Для характеристики структурных условий развития предпринимательства в стране в качестве источника информации используются экспертные интервью. Выборка респондентов включает в себя «предпринимателей» и «профессионалов». «Предприниматели» — респонденты с опытом практической предпринимательской деятельности, в том числе в рамках одного и более структурного условия. Они отбираются прежде всего на основе активного опыта предпринимательской деятельности в стране. Например, это учредители компаний или организаций.

«Профессионалы» — респонденты, непосредственно вовлеченные в реализацию либо оценку какого-либо структурного условия для предпринимательства в стране. В качестве экспертов могут выступать политики, ученые, предприниматели, правительственные чиновники или другие профессионалы, работающие в сфере предпринимательства.

В 2008 г. в выборке были представлены 60 экспертов из шести российских регионов: Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Ярославля, Екатеринбурга, Краснодара.

Эксперты назвали по три фактора, состояние которых положительно и отрицательно влияет на развитие предпринимательства, а также предло-

жили меры, по их мнению стимулирующие предпринимательскую деятельность в России. Ответы были объединены в 10 групп, в которых определены основные показатели внешней среды, влияющие на предпринимательскую активность и экономический рост. К ним относятся: доступ к финансированию, государственная политика, государственные программы поддержки предпринимательства, система образования, внедрение НИОКР, доступность коммерческой и физической инфраструктуры, открытость рынков, культурные и социальные нормы и защита интеллектуальных прав собственности.

При определении факторов, состояние которых положительно и отрицательно влияет на развитие предпринимательства, «предприниматели» и «профессионалы» продемонстрировали схожесть в ранжировании оценок. Эксперты говорили о наличии проблем, препятствующих развитию предпринимательства в России, однако действующие предприниматели больше внимания уделяют частным случаям, в то время как теоретики отмечают общие неблагоприятные условия и задачи, которые необходимо решать. При этом «профессионалы» в большей степени склонны искать ответы на вопросы о путях развития предпринимательства в своих экспертных областях.

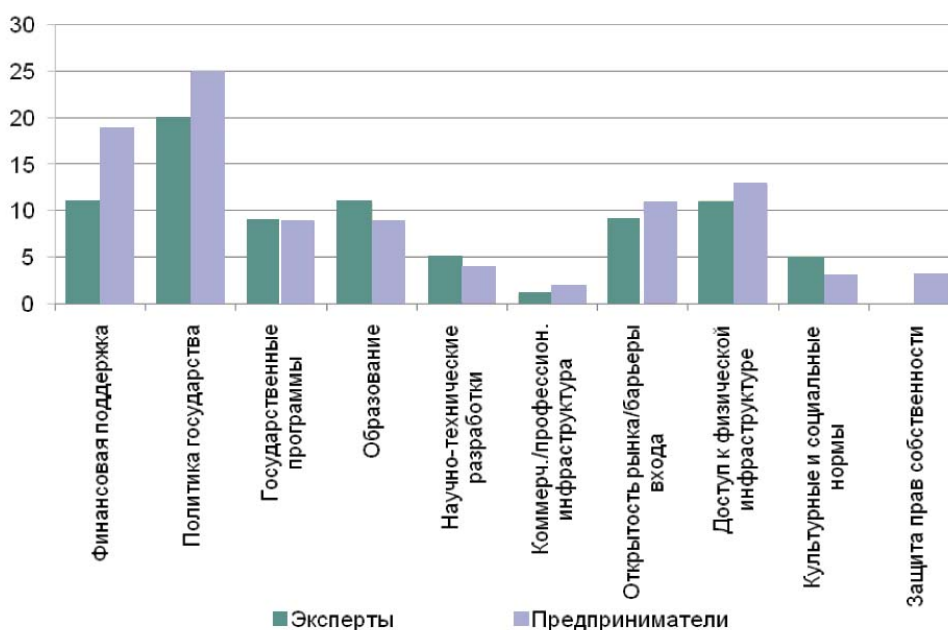


Рис. 17. Факторы, состояние которых отрицательно влияет на предпринимательство

Уже на протяжении трех лет основной причиной, оказывающей отрицательное воздействие на развитие предпринимательства, по мнению экспертов, является политика государства (рис. 17). Респонденты отмечают, что декларируемая ориентация государственной политики на поддержку малого и среднего бизнеса не соответствует проводимой политике органов власти на местах.

Проблемами, в одинаковой степени актуальными для предпринимателей из всех регионов, в которых проводилось исследование, являются бюрократия и коррупция государственных чиновников. Эксперты-теоретики также отмечают эти проблемы в качестве основного фактора, препятствующего развитию предпринимательства в России. Отрицательное воздействие оказывает лоббирование властными структурами в регионах интересов крупного бизнеса в ущерб малому и среднему.

Второй причиной, препятствующей развитию предпринимательства, являются проблемы с финансированием, причем действующие предприниматели рассматривают эту причину чаще, чем эксперты. Несмотря на существование большого количества кредитных и инвестиционных организаций, проблема получения финансовой поддержки остается актуальной для предпринимателей. Основными причинами такой ситуации являются невыгодные условия кредитования и необходимость предоставления финансовой отчетности кредиторам, что зачастую является для предпринимателей невыполнимым требованием. Очевидно, что в настоящее время эта проблема стала еще более актуальной для предпринимателей. В условиях экономического кризиса привлечение кредитных ресурсов при существующих процентных ставках невозможно для большинства малых предприятий.

Актуальной, особенно для мегаполисов (Москва, Санкт-Петербург), остается проблема доступа к физической инфраструктуре. Сюда эксперты относили и дефицит предложения на рынке офисных и производственных площадей, их низкое качество и высокую стоимость арендной платы, и проблемы с подключением к электроэнергии, являющиеся особенно значимыми для предпринимателей, работающих в реальном секторе экономики, так как ограничивают их развитие и повышают себестоимость производимой продукции. Поэтому меры, направленные на снижение стоимости подключения производств к электроэнергии в необходимых объемах, принятые правительством, должны положительно сказаться на динамике предпринимательской активности. Однако как об этой, так и других программах действующие предприниматели недостаточно осведомлены.

В целом мнение экспертов относительно государственных программ неоднозначно. Большинство действующих предпринимателей не только не обладают достаточной информацией, но и считают их малоэффективными, а условия участия в таких программах непрозрачными. Эксперты-теоретики зачастую позитивно оценивают работу, проводимую в рамках государственных программ, и считают этот фактор способствующим развитию предпринимательства в России.

Отсутствие у большей части предпринимателей необходимой профессиональной подготовки также препятствует эффективному ведению бизнеса. Многими предпринимателями эта проблема осознается, но получить соответствующее образование представляется для них затруднительным из-за высокой его стоимости и недостатка информации об учебных заведениях. Другая часть предпринимателей не видит необходимости в получении специальных знаний, считая собственный опыт достаточным условием для успешного ведения бизнеса.

По мнению экспертов, школьное и среднеспециальное образование не мотивирует учащихся и не является достаточным для создания нового бизнеса. Это в большой степени связано с личностью школьного учителя, который сам не имеет опыта предпринимательской деятельности. Большинство респондентов отмечали, что подготовка в высшей школе также не обеспечивает возможности начала нового бизнеса и его развитие, а эксперты отмечали недостаточную заинтересованность представителей малого бизнеса в получении систематического образования.

Несколько увеличилось количество респондентов, назвавших входные барьеры в качестве фактора, отрицательно влияющего на предпринимательство. Причем действующие предприниматели чаще испытывают на себе негативное влияние этого фактора, связывая барьеры входа прежде всего с местными органами власти.

Коммерческая и профессиональная инфраструктура достигла достаточно высокого уровня. На рынке существует большое количество компаний, оказывающих консалтинговые, бухгалтерские, юридические услуги, использование которых значительно облегчает работу предпринимателям, не имеющим возможности содержать в штате своих компаний соответствующих специалистов. За последние два года респонденты все реже говорят об отрицательном отношении к предпринимателям в обществе, т.е. предпринимателям не приходится сталкиваться с предубеждением в отношении предпринимательской и коммерческой деятельности.

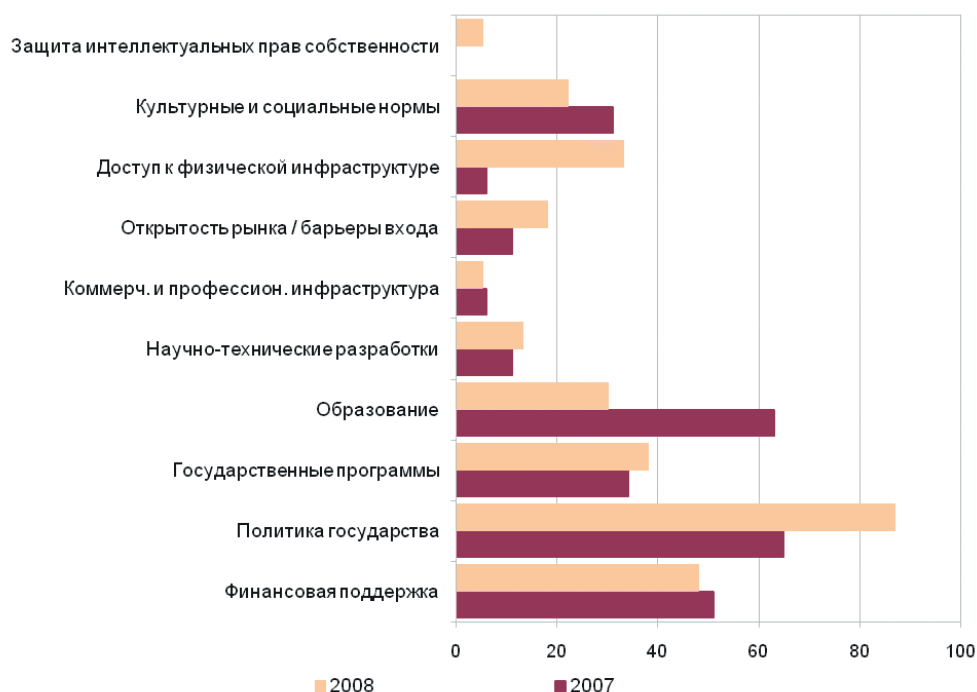


Рис. 18. Меры, стимулирующие предпринимательскую активность

Для оценки мер по улучшению предпринимательского климата экспертам было предложено выделить три наиболее значимых с их точки зрения фактора. Исследование не выявило значительных изменений в оценке экспертами структурных факторов, влияющих на развитие предпринимательства в России, по сравнению с предыдущим годом (рис. 18). По-прежнему большинство респондентов видят основной потенциал развития предпринимательской активности в области политики государства. Причем за год доля тех, кто считает, что именно политика государства способна оказать позитивное воздействие, увеличилась на 15%. Это отражает тот факт, что правительство предпринимает адресные шаги в отношении малого и среднего бизнеса.

Оказание финансовой поддержки, как и прежде, рассматривается в качестве стимулирующего фактора. При этом действующие предприниматели чаще отмечали его как основной.

По сравнению с 2007 г. обеспечение доступа к физической инфраструктуре стало рассматриваться экспертами в качестве меры развития

предпринимательства в 5 раз чаще. Причем если в 2007 г. этот фактор был отмечен только действующими предпринимателями, испытывавшими на себе негативное воздействие низкой доступности производственных или офисных помещений, то в 2008 г. этот фактор назывался уже обеими группами респондентов.

Среди экспертов – государственных служащих в 2008 г. распространенным было мнение о «набиравших обороты» федеральных и региональных программах поддержки малого и среднего бизнеса, в то время как действующие предприниматели констатировали уже выявленное в прошлом г. негативное влияние факторов на малый бизнес. Это является косвенным свидетельством того, что предприниматели и экспертное сообщество по-разному воспринимают влияние одних и тех же факторов на возможность развития бизнеса.

Опрос проводился в июне 2008 г. до серьезных проявлений в России мирового финансового кризиса. Изучение влияния неблагоприятной глобальной экономической конъюнктуры может быть частью дальнейшего исследования.

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В КРУПНЕЙШИХ ГОРОДАХ РОССИИ

Предпринимательские решения индивидуумов, так же как и успех или провал компаний, находятся под влиянием не только общенациональных экономических условий, но и условий в конкретном регионе проживания потенциальных владельцев бизнеса. Учитывая общее влияние городов на экономическое развитие и тот факт, что большинство населения проживает в городах, а также более высокий уровень культурного и экономического развития, представляется интересным оценить предпринимательский потенциал городов.

В качестве источника информации использовалась база данных, полученная в результате обследования взрослого трудоспособного населения 25 городов России в апреле-мае 2008 г. В опросе приняли участие 3012 респондентов из следующих городов России: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Нижний Новгород, Екатеринбург, Самара, Омск, Казань, Челябинск, Ростов-на-Дону, Уфа, Волгоград, Пермь, Красноярск, Саратов, Воронеж, Тольятти, Краснодар, Ульяновск, Ижевск, Ярославль, Барнаул, Иркутск, Владивосток, Хабаровск.

Кризисные явления не проявились еще в полной мере, поэтому при интерпретации данных необходимо делать поправку на негативные тенденции. Исследование проводилось по методике проекта GEM. Развитость инфраструктуры в городах позволяет использовать метод телефонных опросов, что облегчает и удешевляет его проведение. Но при этом осложняется сопоставление данных с результатами опросов, проводимых методом личного интервью.

Оценивая уровень предпринимательской активности в городах, были рассчитаны показатели активности предпринимателей различных типов предпринимателей.

Наибольший уровень потенциальной предпринимательской активности (рис. 19) демонстрируют такие города, как Красноярск (35,9%), Владивосток (33,3%), Казань (33,3%), Ульяновск (31,5%), Санкт-Петербург (30%). Аутсайдерами по желанию открывать новые компании стали Краснодар, Екатеринбург, Новосибирск и Пермь.

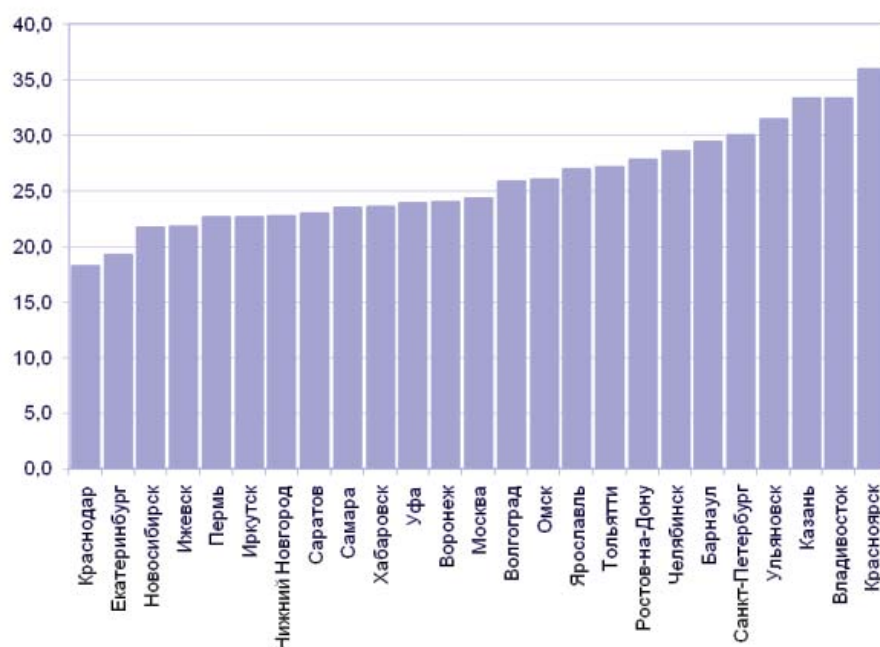


Рис. 19. Уровень потенциального предпринимательства в городах



Сопоставление этих данных с уровнем нарождающихся предпринимателей (рис. 20) позволяет констатировать, что не все города удерживают лидирующие позиции, когда речь идет о действиях индивидуумов по созданию компаний. Казань и Санкт-Петербург демонстрируют устойчивые позиции среди нарождающихся предпринимателей. Также наибольшую активность среди нарождающихся предпринимателей показали Иркутск,

Хабаровск, Воронеж и Красноярск. Среди городов, население которых наименее активно в создании новых предприятий, оказались Пермь, Екатеринбург, Челябинск, Уфа. Если уровень потенциального предпринимательства среди городов различается в 2 раза, то уровень нарождающихся предпринимателей колеблется от 2,4% в Перми до 13,2% в Иркутске.

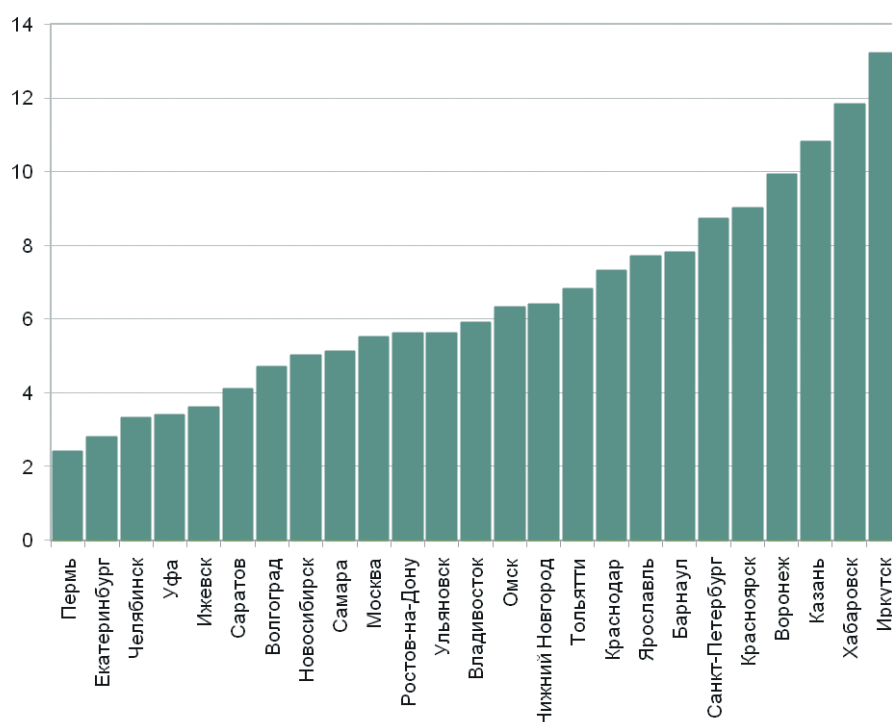


Рис. 20. Уровень нарождающегося предпринимательства в городах

Поскольку выборка является репрезентативной, можно не только оценить предпринимательскую активность с точки зрения потенциала, но и проанализировать особенности социодемографических характеристик в городах. Среди потенциальных предпринимателей количество мужчин и женщин приблизительно одинаково, однако предпринимательская активность существенно различается. Каждый третий мужчина и каждая пятая женщина планируют открывать свой бизнес. Активность нарождающихся предпринимателей мужчин практически в 4 раза превышает активность женщин (8,1 и 2,3% соответственно). То же соотношение сохраняется для ранних предпринимателей в целом. Среди устоявшихся предпринимателей доли мужчин и женщин практически одинаковы (52 и 48% соответствен-

но), т. е. можно предположить, что женщины более успешны на стадии сохранения бизнеса. При этом предпринимательская активность устоявшихся предпринимателей мужчин в 2 раза превышает предпринимательскую активность устоявшихся предпринимателей женщин.

В возрастной структуре потенциальных и ранних предпринимателей преобладают «молодые» группы. На население в возрасте от 18 до 34 приходится 71% потенциальных и ранних предпринимателей. Уровень активности потенциальных предпринимателей старшей и младшей возрастных групп различается в 9, а ранних в 13 раз. Возрастная структура устоявшихся предпринимателей близка к средним данным участников проекта GEM – наиболее предпринимательно активной является возрастная группа от 35 до 44 лет.

Хотя люди с высшим образованием и составляют большинство среди всех предпринимателей, лишь четверть из них планируют в ближайшие три года начать свой бизнес. В то время как среди людей со среднетехническим образованием таких более 38%. Эта же группа демонстрирует наибольший уровень предпринимательской активности среди ранних предпринимателей (13,1 против 10,7% в среднем по выборке).

Анализируя структуру предпринимательской активности в городах в зависимости от типа занятости, стоит отметить высокий уровень предпринимательской активности студентов. Каждый третий студент планирует стать предпринимателем. Это является существенным резервом развития предпринимательства в городах.

Наблюдается зависимость между желанием

создать бизнес и уровнем дохода. Среди респондентов с низкими доходами менее 14% рассматривают предпринимательство как возможный вид занятости. По мере роста дохода активность потенциальных предпринимателей возрастает и достигает 39% для группы с наиболее высокими доходами. Та же тенденция просматривается среди ранних и устоявшихся предпринимателей. И для этих групп предпринимателей по мере увеличения доходов активность возрастает.

Широко признанным является тот факт, что на стремление создать свой бизнес оказывает влияние социальный капитал. Так, по данным различных исследований, люди в два раза чаще становятся предпринимателями, если у них есть друзья предприниматели.

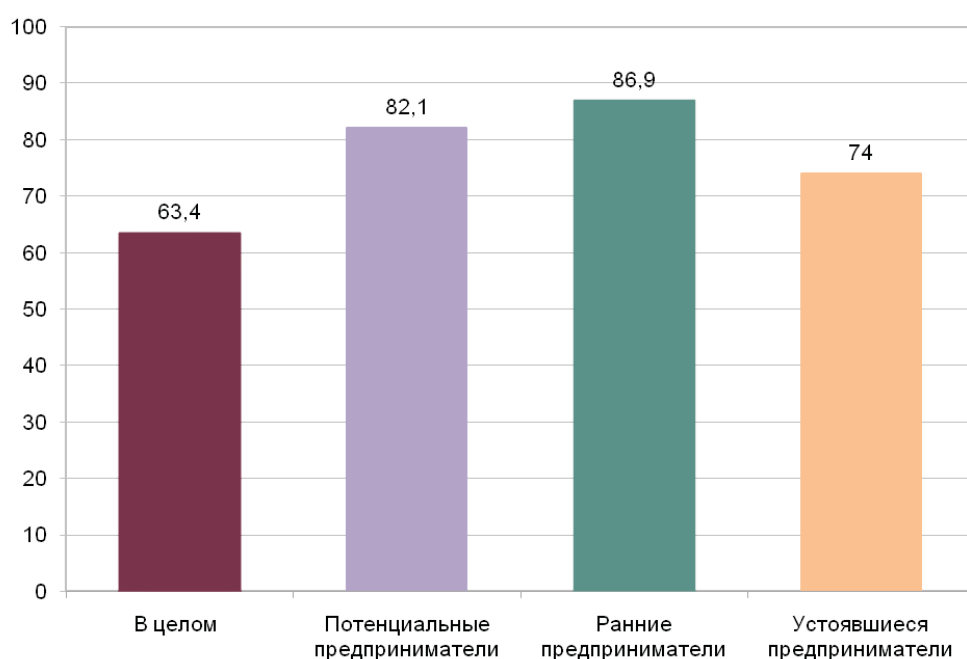


Рис. 21. Показатель личного знакомства среди различных групп предпринимателей

В российских городах этот фактор оказывает влияние на предпринимательскую активность различных групп предпринимателей. Если по выборке в целом лично знакомы с предпринимателем 63% респондентов, то среди потенциальных предпринимателей их – 82%, среди нарождающихся – 85%, а ранних – 86,9% (рис. 21). При этом следует отметить, что значение показателя личного знакомства в городах практически в 2 раза превышает общероссийский уровень.

Неожиданным на этом фоне выглядит значение показателя личного знакомства среди устоявшихся предпринимателей. Можно предположить, что на поздних стадиях развития компании этот фактор становится менее значимым, например, по сравнению со знаниями, необходимым для функционирования бизнеса.

В разных городах респонденты по-разному оценивают наличие у них знаний и опыта для начала собственного дела (рис. 22).

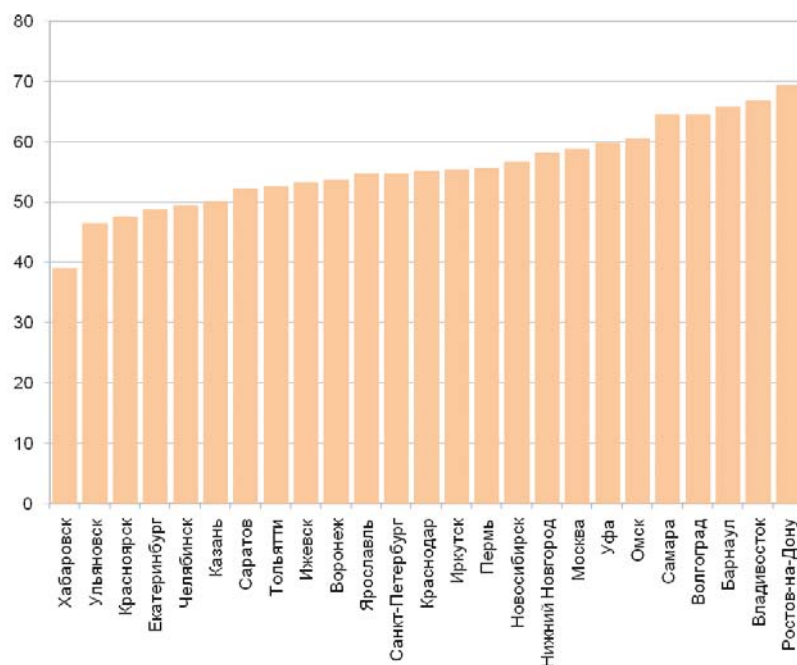


Рис. 22. Оценка знаний и опыта, достаточного для начала собственного дела населения по городам

Оценка респондентами своих знаний и опыта как достаточных для начала и управления предпринимательскими фирмами, свидетельствует, что по

мере вовлеченности в процесс предпринимательства уверенность в достаточности знаний и опыта возрастает (рис. 23).

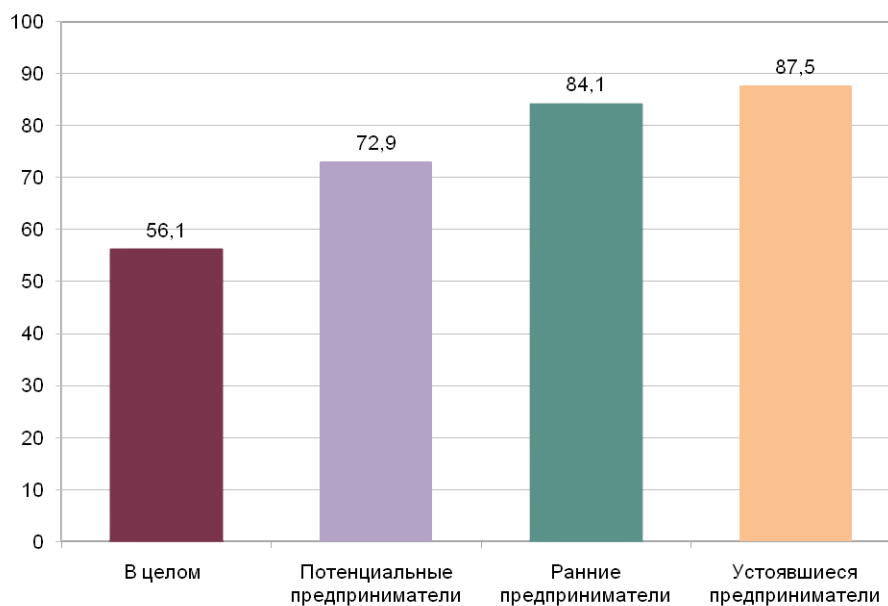


Рис. 23. Оценка знаний и опыта среди различных групп предпринимателей

Оценка условий для начала бизнеса в регионе оказывает влияние на уровень предпринимательской активности. Если по выборке в целом менее трети респондентов оценивают условия для начала бизнеса в регионе как благоприятные, то потенциальные и ранние предприниматели более оптимистичны в своих оценках (рис. 24). 37% потенциальных и 42% ранних предпринимателей считают, что условия внешней среды будут способствовать предпринимательской деятельности.

Среди устоявшихся предпринимателей 30% респондентов характеризуют условия аналогичным образом. Действующие предприниматели сталкиваются с решением новых задач, например, по увеличению сбыта продукции и новыми вызовами во внешней среде, однако имеющиеся данные не позволяют говорить о наличии связи между оценкой условий в регионе и уровнем устоявшегося предпринимательства.

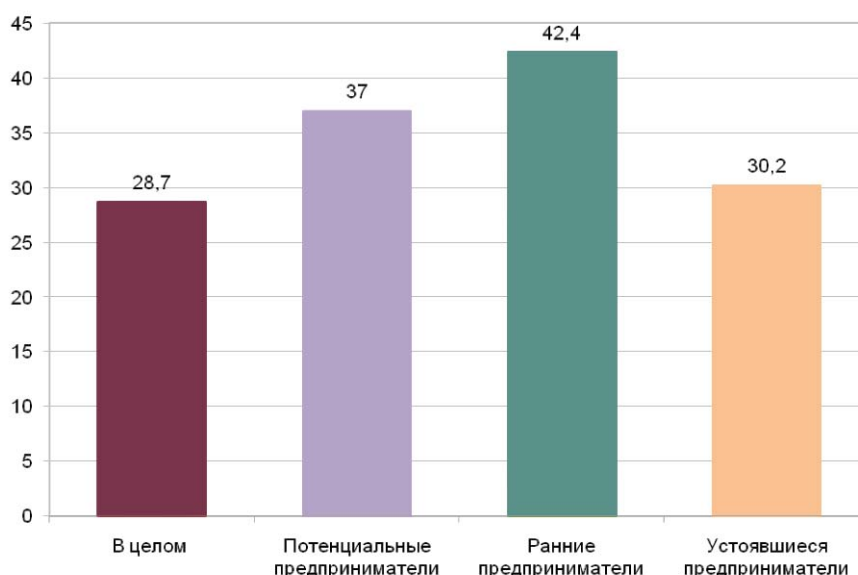


Рис. 24. Оценка условий внешней среды для предпринимательской деятельности

Оценка благоприятности условий также различается по городам, однако связь между уровнем предпринимательской активности и оценкой состояния внешней среды не выявлена. Помимо объективных характеристик на уровень активности предпринимателей влияет то, как индивиды оценивают преимущества, связанные

с наличием собственного дела. Среди подобных факторов можно выделить ценность предпринимательства для развития карьеры, оценку престижности предпринимательства в обществе, наличие предпринимательских способностей, зависящих не только от оценки достаточности знаний, но и от достаточно высокой самооценки.

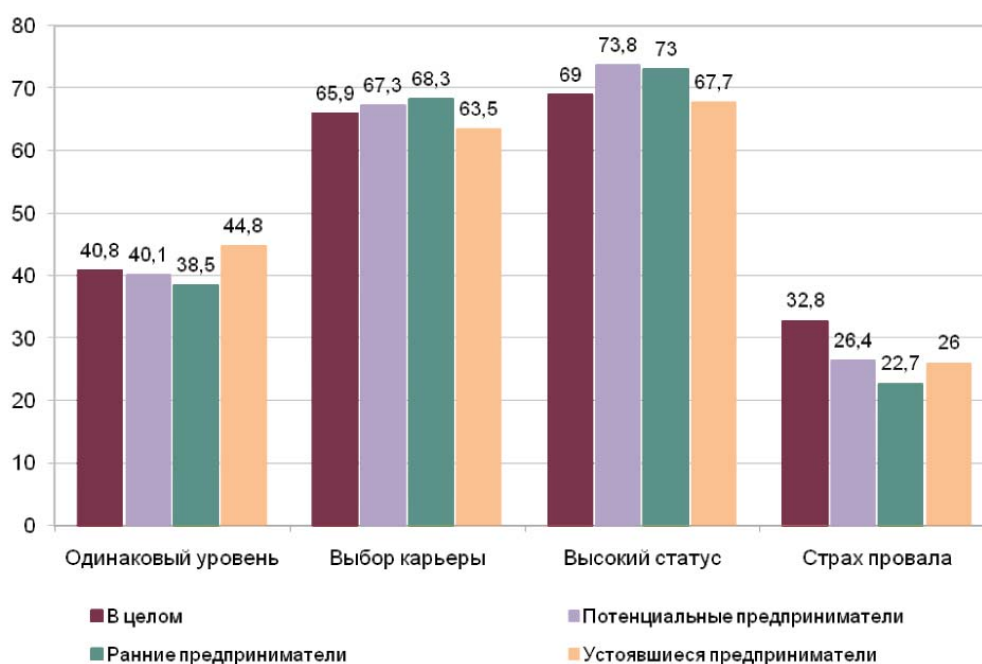


Рис. 25. Оценка факторов восприятия различными группами предпринимателей в городах

Страх провала в качестве фактора, влияющего на процесс включения в предпринимательскую деятельность, объясняется зависимостью предпринимательских решений от риска. Считается, что чем более индивидуум склонен рисковать и чем меньше он боится провала своего начинания, тем больше вероятность того, что он станет предпринимателем. Это подтверждают и данные

проведенного исследования (рис. 25). Страх провала препятствует началу собственного дела трети опрошенных респондентов, которые не могут быть отнесены к предпринимателям. Среди отвечающих, которые были классифицированы в исследовании как предприниматели, это значение колеблется на уровне 25%.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Reynolds P., Autio E. 2005. Global Entrepreneurship Monitor: Data collection, design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics* 24 (3): 205–231.
2. Porter, M. E. and K. Schwab (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
3. Acs, Z. J., D. B. Audretsch, P. Braunerhjelm and B. Carlsson (2003). "The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth," Center for Business and Policy Studies. Stockholm, Sweden.
4. Bosma N., Acs Z., Autio E., Coduras A., Levie J. *Global Entrepreneurship Monitor. 2008 Executive Report*. 2009.



## КОМАНДЫ GEM

Team	Institution	National Team Leader	Financial Sponsors	APS Vendor
<b>Angola</b>	Universidade Católica de Angola (UCAN) Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Alves da Rocha	Banco de Fomento S.A.	Centro de Pesquisas, Sondagens e Estudos de Opinião (CENSOP - Dr. Bernardo Vieira)
<b>Argentina</b>	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School, Universidad Austral Banco Santander Rio etc.	MORI Argentina
<b>Belgium</b>	Vlerick Leuven Gent Management School	Hans Crijns	Flemisch Government, Steunpunt Ondernemen en Internationaal Ondernemen (STOIO)	TNS Dimarso
<b>Bolivia</b>	Maestrias para el Desarrollo - Universidad Catolica Boliviana	Marco Antonio Fernandez	Fundación Nuevo Norte etc.	Cima Group/ Synovate
<b>Bosnia and Herzegovina</b>	Entrepreneurship Development Center from Tuzla in partnership with Tuzla University	Bahrija Umihanic	Entrepreneurship Development Center Tuzla etc.	PULS BH d.o.o. Sarajevo
<b>Brazil</b>	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP, etc.	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
<b>Chile</b>	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós	InnovaChile de CORFO Universidad Católica del Norte, DGIP, etc.	Opina S.A.
<b>Colombia</b>	Universidad de los Andes Universidad ICESI Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali	Rafael Vesga	SENA Comfenalco Valle	Centro Nacional de Consultoría
<b>Croatia</b>	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship, etc.	Puls, d.o.o., Zagreb
<b>Denmark</b>	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt	International Danish Entrepreneurship Academy (IDEA)	Institute for Business Cycle Analysis
<b>Dominican Republic</b>	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde	Grupo Vicini International Financial Centre of the Ameritas Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana
<b>Colombia</b>	Universidad de los Andes Universidad ICESI Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali	Rafael Vesga	SENA Comfenalco Valle	Centro Nacional de Consultoría

Team	Institution	National Team Leader	Financial Sponsors	APS Vendor
<b>Croatia</b>	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship, etc.	Puls, d.o.o., Zagreb
<b>Denmark</b>	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt	International Danish Entrepreneurship Academy (IDEA)	Institute for Business Cycle Analysis
<b>Dominican Republic</b>	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde	Grupo Vicini International Financial Centre of the Ameritas Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana
<b>Ecuador</b>	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)	Survey Data
<b>Egypt</b>	The British University in Egypt (BUE) Egyptian Junior Business Association (EJB)	David Kirby	Industrial Modernization Center, Ministry of Trade & Industry, etc.	ACNielsen
<b>Finland</b>	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Pia Arenius	Ministry of Employment and the Economy, etc.	Taloustutkimus Oy
<b>France</b>	EMLYON Business School	Olivier Torres	Caisse des Depots	CSA
<b>Germany</b>	University of Hannover Institute of Labour Market Research, Nuremberg	Rolf Sternberg	Institute of Labour Market Research, Nuremberg	INFAS
<b>Greece</b>	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides	Hellenic Bank Association	Datapower SA
<b>Hungary</b>	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Zoltan J. Acs	Ministry for National Development and Economy, etc.	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
<b>Iceland</b>	RU Centre for Research on Innovation and Entrepreneurship (Reykjavik University)	Rögnvaldur Sæmundsson	Reykjavik University Prime Minister's Office	Capacent Gallup
<b>India</b>	Pearl School of Business, Gurgaon	Ashutosh Bhupatkar	Pearl School of Business, Gurgaon	Metric Consultancy
<b>Iran</b>	University of Tehran	M .Ahamadpour Daryani	Ministry of Labour and Social Affairs	Dr. Mohammad Reza Zali

## ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Team	Institution	National Team Leader	Financial Sponsors	APS Vendor
Ireland	Dublin City University	Paula Fitzsimons	Enterprise Ireland Forfás Allied Irish Bank	IFF
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	The Brandman Institute
Italy	Bocconi University	Guido Corbetta	Ernst & Young Atradius Credit Insurance	Target Research
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Vanetta Skeete	Faculty of Business and Management, University of Technology, Jamaica	Koci Market Research and Data Mining Services
Japan	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
Latvia	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina	TeliaSonera AB	SKDS
Macedonia	University "Ss. Cyril and Methodius" – Business Start-Up Centre Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Radmil Polenakovik	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF), etc.	GfK Skopje
Mexico	Tecnológico de Monterrey	Alejandro González	Tecnológico de Monterrey	Alduncin Y Asosidados, SA De CV
Netherlands	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus marktonderzoek bv
Norway	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway The Knowledge Fund, at Bodo Knowledge Park Ltd.	TNS Gallup
Peru	Centro de Desarrollo Emprendedor, Universidad ESAN	Jaime Serida Nishimura	Universidad ESAN	Imasen
Romania	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Ștefan Pete	Pro Oeconomica Association Babes-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Metro Media Transilvania
Russia	Saint Petersburg Team Graduate School of Management, Saint Petersburg	Olga Verhovskaya	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University	O+K Marketing & Consulting Levada-Center
	Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Alexander Chepurenko	State University - Higher School of Economics	

Team	Institution	National Team Leader	Financial Sponsors	APS Vendor
<b>Serbia</b>	The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera	Executive Council of Vojvodina Province, Department for Economy	Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o. Subotica
<b>Slovenia</b>	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik	Ministry of the Economy, Slovenian Research Agency, Etc. Smart Com Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS
<b>South Africa</b>	University of Cape Town - Graduate School of Business	Mike Herrington	Department of Trade and Industry, etc.	Nielsen South Africa
<b>South Korea</b>	Jinju National University	Sung-Sik Bahn	Small and Medium Business Administration (SMBA)	Hankook Research Co.
<b>Spain</b>	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras	DGPYMES Fundación Cultural Banesto Fundación Incyde IE Business School, etc.	Instituto Opinòmetre S.L.
<b>Turkey</b>	Yeditepe University	Nilüfer Egrican	Endeavor, Turkey Country Office Akbank	Akademetre Research & Strategic Planning
<b>United Kingdom</b>	Hunter Center for Entrepreneurship University of Strathclyde Economics & Strategy Group, Aston Business School, Aston University	Jonathan Levie	BERR Enterprise Directorate InvestNI Department of Enterprise, Trade and Investment (NI), etc.	IFF
<b>United States</b>	Babson College Baruch College, City University of New York SMU - Cox School of Business	I.Elaine Allen	Babson College Baruch College	Opinion Search
<b>Uruguay</b>	Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo (IEEM)	Leonardo Veiga	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay
<b>GEM Global Coordination Team</b>	London Business School SMU - Cox School of Business Babson College Utrecht University IE Business School	Michael Hay Mark Quill Chris Aylett Jackline Odoch Mick Hancock Maria Minniti William D. Bygrave Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras	Universidad del Desarrollo Babson College	

## АВТОРЫ

**Верховская Ольга Рафаиловна**

Координатор GEM Россия

К.э.н., доцент кафедры стратегического и международного менеджмента ВШМ СПбГУ

[verkhovskaya@gsom.spbpu.ru](mailto:verkhovskaya@gsom.spbpu.ru)

**Дорохина Мария Вадимовна**

К.с.н., научный сотрудник, Центр предпринимательства ВШМ СПбГУ

[dorokhina@gsom.spbpu.ru](mailto:dorokhina@gsom.spbpu.ru)







**Высшая школа менеджмента**  
Санкт-Петербургского  
государственного университета

Россия 199004 Санкт-Петербург  
Волховский пер. 3  
[www.gsom.pu.ru](http://www.gsom.pu.ru)